

**VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA**

KATEDRA MANAGEMENTU

Analýza společenské odpovědnosti firmy

An Analysis of Corporate Social Responsibility

Student: Bc. Barbora Krahulcová
Vedoucí bakalářské práce: prof. PhDr. Jiří Bláha, CSc.

Ostrava 2011

Místopřísežné prohlášení

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně pod vedením prof. PhDr. Jiřího Bláhy, CSc.“.

V Ostravě dne 29.4.2011

.....
podpis

Poděkování

Chci poděkovat svému vedoucímu diplomové práce prof. PhDr. Jiřímu Bláhovi, CSc. za jeho ochotu, odborné vedení, rady a za čas, který mi věnoval na konzultace mé diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat řediteli Skláren Moravia, akciové společnosti, ing. Ladislavu Bartoňovi a celému vedení společnosti, že mi poskytli čas, potřebné informace a prostor pro vypracování mé diplomové práce ve společnosti Sklářny Moravia, a.s.

1. ÚVOD.....	5
2. SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST ORGANIZACE V ODBORNÉ LITERATUŘE.....	6
2.1. CO JE TO SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST ORGANIZACE/FIRMY?	6
2.2. TYPOLOGIE CSR	9
2.3. AKTÉŘI V OBLASTI CSR	9
2.4. ZÁKLADNÍ PILÍŘE CSR	13
2.5. METODY MĚŘENÍ CSR, CSP	19
2.6. O NEJLEPŠÍCH DOSTUPNÝCH TECHNIKÁCH (BAT).....	21
2.7. PŘEDPOKLADY CSR.....	22
2.8. DOPADY CSR.....	23
2.9. VYUŽITÍ V PODNIKOVÉ PRAXI A NA TRHU.....	23
2.10. PŘIJETÍ JEDNOTNÉ STRATEGIE CSR	25
2.11. NORMY ZOHLEDŇUJÍCÍ SPOLEČENSKOU ODPOVĚDNOST	26
2.12. KONCEPT CSR JAKO TREND	28
2.13. PŘÍNOSY A RIZIKA KONCEPTU CSR	29
3. CHARAKTERISTIKA ORGANIZACE	30
3.1. HISTORIE SPOLEČNOSTI.....	30
3.2. ŘÍDÍCÍ ORGÁNY AKCIOVÉ SPOLEČNOSTI	31
3.3 PROFIL SPOLEČNOSTI.....	32
3.4. POLITIKA JAKOSTI	32
3.5. ROZVOJ ZAMĚSTNANCŮ	33
3.6. ISO 9001	33
3.7. ORGANIZAČNÍ STRUKTURA SPOLEČNOSTI	34
3.8. ZPRÁVA O VÝVOJI ČINNOSTI ÚČETNÍ JEDNOTKY A O JEJÍM POSTAVENÍ	36
3.9. VÝROBA	37
3.10. PRODEJ.....	38
3.11. PRACOVNĚ PRÁVNÍ VZTAHY	38
4. ANALÝZA A VYHODNOCENÍ VÝSLEDKU	38
4.1. LEGISLATIVNÍ PLNĚNÍ	39
4.1.1. ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ	39
4.1.2. SOCIÁLNÍ OBLAST	43
4.1.3. EKONOMICKÁ OBLAST.....	45
4.2. ROZHOVOR.....	46
4.3. VYHODNOCENÍ VÝSLEDKU	55
5. NÁVRHY A OPATŘENÍ	59
6. ZÁVĚR.....	63
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	65
SEZNAM ZKRATEK A SYMBOLŮ.....	68
PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.....	70
SEZNAM PŘÍLOH.....	71

1. ÚVOD

Má diplomová práce má název Analýza společenské odpovědnosti firmy. Společenská odpovědnost je v podnikatelském prostředí chápána různě. Bohužel v mnoha případech se jedná o odpovědné chování „na oko“. Firmy se snaží upoutat své potenciální zákazníky - obchodní partnery určitou konkurenční výhodou, a proto si vymyslí koncept společenské odpovědnosti. Může to být za účelem dosažení větší přitažlivosti firmy, zlepšení image a tím pádem vidinou většího zisku. Naštěstí se čím dál více v podnikatelském prostředí projevují společnosti, které vidí ve společensky odpovědném chování něco více než pouhou snahu o zvýšení profitu. Společnosti si začínají uvědomovat propojenost svých činů a jejich dopadů na své okolí. Ať už zde hovoříme o dopadech na životní prostředí, sociální či ekonomickou stránku podnikání. Člověk asi čím dál více vnímá přesycenost trhu a zároveň spojitost etického popř. společenského chování ekonomických subjektů. Bylo by naivní myslet si, že firmy zavádějící koncept společenské odpovědnosti, tak činí naprosto nezištně a jen pro pocit, že dělají něco správně a eticky. Jak již uvádím v teoretické části diplomové práce, společenská odpovědnost přináší společnostem prospěch a mnohdy právě ve formě zisku. Ten by však neměl být jediným důvodem. Myslím si, že společensky odpovědné chování ekonomických subjektů vede ku prospěchu celé společnosti. Myslím tím spokojenost lidí (v zaměstnání), zvýšení produktivity práce, efektivnější alokaci zdrojů, snižování dopadů výroby na životní prostředí, snížení korupce popř. i kriminality, zlepšení životní úrovně. To vše a mnohem více může mít za následek ryzí společensky odpovědné chování firem.

Cílem mé diplomové práce je analyzovat společenskou odpovědnost ve Sklárnách Moravia, a.s. a následně společnosti navrhnout kroky vedoucí ke zlepšení či zefektivnění jejich společensky odpovědného chování. Analýza vychází z prostudování dokumentů a polostrukturovaného rozhovoru. Celá praktická část je pro přehlednost členěna do tří pilířů: životní prostředí, ekonomická a sociální oblast. Prvním krokem analýzy společenské odpovědnosti je ověřování, zda vůbec společnost splňuje legislativní podmínky ve výše zmíněných oblastech. V této části budu získávat informace převážně z kontrol orgánů státní správy (např. odbor životního prostředí, finanční úřad), auditu a výročních zpráv, které mi vedení sklárny ochotně poskytlo. Následně využiji metodu kvalitativního výzkumu, konkrétně formální polostrukturovaný rozhovor pro získání potřebných informací. Ten povedu s ředitelem Skláren Moravia, a.s. Otázky jsou opět rozděleny do sekcí: životní prostředí,

ekonomická a sociální oblast. Na základě těchto údajů provedu dílčí i kompletní zhodnocení společenské odpovědnosti ve firmě a zhotovím návrhy a opatření k případnému zlepšení.

Moje diplomová práce se skládá ze čtyř základních částí. Základním kamenem celé práce je část teoretická. Jejím cílem je objasnit problematiku společenské odpovědnosti firem v provázaných souvislostech a tím vytvořit odrazový můstek k druhé části diplomové práce, což je část praktická. Téma společenské odpovědnosti je poměrně nové a přesto velice obsáhlé, proto jsem se snažila do své práce zahrnout pouze nejdůležitější a nejaktuálnější informace, které jsem čerpala z literatury různých autorů, článků, norem či dokumentů. V druhé části prezentuji společnost Sklářny Moravia, akciová společnost, ve které budu analyzovat společenskou odpovědnost. Pro tuto část jsem čerpala informace převážně z výročních zpráv a webových stránek společnosti. Poslední, praktická část je rozložena na dvě části. První věnuji analýze společenské odpovědnosti ve Sklárnách Moravia, a.s. a vyhodnocení výsledku analýzy. V části druhé podávám návrhy a opatření ke zlepšení společenské odpovědnosti ve společnosti. Nejdůležitější pasáží praktické části je rozhovor s ředitelem skláren a následné vyhodnocení celé problematiky. Pro firmu poté může být přínosná finální část, kde navrhuji kroky vedoucí ke zlepšení společenské odpovědnosti v jejich společnosti.

2. SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST ORGANIZACE V ODBORNÉ LITERATUŘE

Tato kapitola formuluje teoretická hlediska společenské odpovědnosti organizace. Dovíme se v ní například, co to vlastně je koncept CSR, kdo jsou to stakeholderi, jaké přínosy plynou organizaci uplatňující společenskou odpovědnost a jaké má koncept CSR dopady.

2.1. Co je to společenská odpovědnost organizace/firmy?

Pojem společenská odpovědnost organizace, nebo také koncept společenské odpovědnosti firem (Corporate Social Responsibility – **CSR**) nabízí mnoho definic. Tato vysoce terminologicky nejednotná oblast je daná především faktem, že CSR je založena na

dobrovolnosti a nemá striktně vymezené hranice. V důsledku toho existuje řada definic a přístupů k vymezení CSR [3].

Vybrala jsem dvě definice, které zastřešují následující obsah mé diplomové práce:

„CSR je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders.“

Evropské unie (Zelená kniha)

„CSR je kontinuální závazek podniků chovat se eticky, přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšování kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako lokální komunity a společnosti jako celku.“

Business for Social Responsibility

Ze všech definic objevujících se v literaturách můžeme shrnout, že společenská odpovědnost firem:

- je dobrovolným úkonem nad rámec zákona
- v ekonomické, sociální a environmentální oblasti podnikání
- má za důsledek zlepšení pracovních, environmentálních, sociálních podmínek všech zúčastněných skupin.

Anglická zkratka CSR je ve většině odborných publikací vysvětlována a překládána jako Corporate Social Responsibility. Existují však ještě jiná vysvětlení těchto zkrácenin. Holme a Watts ve své publikaci Corporate Social Responsibility: making good business sense uvádí, že Freeman a Velamuri v roce 2006 definovali CSR jako Corporate Stakeholders Responsibility. Pojmem Stakeholders se budeme zabývat v dalších kapitolách. Dalším vysvětlením této zkratky je Corporate Sustainable Responsibility [2].

V posledních několika desetiletích se stává významnou oblastí zájmu odpovědnost za kultivaci přírodního a životního (včetně pracovního) prostředí. Není oblasti, kde by odpovědnost za myšlenku a čin neexistovala.

CSR apeluje na změnu orientace firem z krátkodobých cílů na dlouhodobé, z maximálního na optimální zisk. Společensky odpovědné firmy se chovají tak, aby podpořily potřeby svého vnitřního i vnějšího prostředí, aby přispívaly k udržitelnému rozvoji, byly

transparentní a obecně napomáhaly celkovému zlepšování stavu společnosti v rámci i nad rámec svého komerčního působení.

Konkrétně se společenská odpovědnost projevuje integrací pozitivních postojů, praktik či programů do podnikatelské strategie firmy na úrovni nejvyššího managementu. Vyžaduje posun pohledu na vlastní společenskou roli z pozice „profit only“ (pouze zisk) k širšímu pohledu v kontextu dnes často zmiňovaných tří „P“ - „people, planet, profit“ (lidé, planeta, profit). Znamená fungování s ohledem na tzv. triple-bottom-line, kdy se firma soustřeďuje nejen na ekonomický růst, ale i na sociální a environmentální aspekty své činnosti [5].

Koncept CSR a jeho rozvoj je spjat zejména s globalizací, kdy dynamika změn, tlak na udržení pozice na trhu, požadavek na růst obrátu a tvorbu zisku mnohdy znamená, že některé firmy se chovají zcela bezohledně s jediným cílem – maximalizovat svůj zisk (tím i dividendy pro své akcionáře). Právě v návaznosti na globalizační proces se koncept CSR začal rozvíjet a definovat.

„Ve 2. polovině 20. století lze postupně zaznamenat zásadní změny v trendu očekávání společnosti ve vztahu k podnikání. Firmy začínají pocítovat určitý závazek angažovat se ve prospěch společnosti, ve které působí, neboť i firemní sektor je součástí občanské společnosti a ostatní její členy ke svému zdárnému fungování bezpodmínečně potřebuje.

Také z těchto důvodů problematika CSR nabývá v posledních letech na stále větším významu, a to jak ve světě, tak i v České republice. Významný pokrok v otázce prosazování konceptu CSR na evropské úrovni přinesl zejména tzv. Lisabonský summit Evropské unie. Byl zde vymezen strategický cíl stát se do roku 2010 nejdynamičtější a konkurenčně nejzdatnější ekonomikou na světě, zajišťující stálý ekonomický růst s větším počtem a lepšími pracovními místy a vyšší sociální soudržností. Zároveň se účastníci tohoto summitu shodli na tom, že koncept CSR je jedním z velmi významných nástrojů k dosažení tohoto strategického cíle a proto je zcela žádoucí podporovat jeho rozvoj v rámci celé Evropské unie.“ (KUNZ, V., SRPKOVÁ, J.: Společenská odpovědnost a její vliv na rozvoj kvality života. In: Dvořáková, Z., Stříteský, M. (ed.). Svět práce a kvality života v globalizované ekonomice. Praha: VŠE, 2007.)

V ČR se objevuje společenská odpovědnost firem až ve 2. polovině devadesátých let v souvislosti s celosvětovým trendem CSR [3].

Pojem společenská odpovědnost organizace nepochybně spadá to okruhu etiky – v našem případě řekněme do podnikatelské etiky. Etiku chápeme jako nauku o lidských záměrech, jednáních a vztazích z hlediska jejich dobrých nebo zlých důsledků pro člověka jako jedinečnou osobnost, pro společnost jako celek a pro veškeré skutečnosti, s nimiž člověk přichází do kontaktu. Etika se týká veškerého lidského počínání, nepředpisuje pravidla chování jakožto mravní normy, ale zkoumá různé mravní postoje, aby ukázala předpoklady, možnosti a důsledky určitých způsobů jednání a s nimi spojených soustav norem [6].

2.2. Typologie CSR

A.B. Carroll na konci 80. let dvacátého století rozlišil základní stupně společenské odpovědnosti podniku, které jsou vzestupně řazeny dle stupně vývoje podniku ve společensky odpovědném podnikatelském chování.

Na základní, ekonomické úrovni společenské odpovědnosti podniku je podnikovým cílem maximalizace bohatství a hodnot stakeholderů. Další úroveň je zákonná odpovědnost. Na této úrovni podnik dodržuje právní předpisy a jedná v rámci zákona. Třetí, etická úroveň společenské odpovědnosti předpokládá dodržování standardů přijatelného chování vůči stakeholderům a nejvyšší úroveň společenské odpovědnosti podniku představuje dobrovolnou odpovědnost.

2.3. Aktéři v oblasti CSR

Pokud začínáme hovořit o aktérech v oblasti CSR, po prostudování tohoto tématu by nám mělo naskočit slovíčko „STAKEHOLDERS“. Tento termín bychom tradičně překládali z angličtiny jako dočasného držitele peněz či jiného majetku.

Ovšem v oblasti managementu se termín začal používat obzvláště v souvislosti právě s CSR. V širším pojetí lze zahrnout mezi stakeholdery také konkurenty, zástupce státní správy a samosprávy, zájmové skupiny, média, odbory, mezinárodní organizace a širokou veřejnost. Pokud bychom hovořili v globálním měřítku, mohou se sem zařazovat také neživé části-atmosféra, litosféra a biosféra se vším, co se kolem nich odehrává.

Pro lepší srozumitelnost si toto slovíčko počestíme- stakeholdeři. Ti jsou součástí všech aktivit CSR - k nim je pozornost firmy směřována [4].

V ekonomické sféře stakeholdery mohou být:

- dodavatelé,
- zákazníci,
- konkurence,
- investoři,
- akcionáři, vlastníci,
- státní instituce,
- další obchodní partneři.

Z oblasti pracovního prostředí jsou to:

- odbory,
- zaměstnanci (a jejich rodiny).

Z místní komunity řadíme:

- veřejnost,
- média,
- neziskové organizace,
- vzdělávací instituce.

Z oblasti ekologické:

- veřejnost,
- státní instituce,
- neziskové organizace.

Vzhledem k tomu, že tento pojem je značně rozsáhlý, budeme se nyní soustředit na pojetí „hráčů“, kteří ovlivňují koncept společenské odpovědnosti ve smyslu zaměření a celkového zasazení do společenskopodnikatelského prostředí země.

Trochu blíže se seznámíme s těmito **aktéry CSR**:

- soukromé firmy (korporace),
- státy,
- investoři,
- organizace občanského sektoru,
- ratingové agentury,
- Evropská unie a další mezinárodní subjekty.

Soukromé firmy

Jsou hlavními aktéry CSR, protože jsou jejími poskytovateli či realizátory. Poměrně často se můžeme setkat s korporacemi, které CSR využívají hlavně jako marketingově-propagační nástroj pro vyvýšení své reputace a společenskou odpovědnost pouze předstírají. Na druhou stranu, s postupujícím trendem CSR, se firmy začínají o tuto tematiku zajímat čím dál více. Obzvláště v době krize se podnik snaží nalézt cestu, jak se odlišit od konkurence a být zajímavý pro potenciálního zákazníka [5].

Státy

Od začátku zde hovoříme o CSR v globálním měřítku. Role států bereme v CSR jako nástroj ovlivňující, do jaké míry se organizace soukromého sektoru chovají společensky zodpovědně. Musíme si říci, že funkce státu v oblasti regulace společenských vztahů má jen omezené možnosti. Nejčastěji je mohou ovlivňovat pomoci právních předpisů, regulací, určitých standardů. Přístup CSR je ovšem založen na dobrovolnosti, a proto se pohybuje především mimo oblast legislativy. Dle některých průzkumů oslovené podniky přiznaly, že v dalším rozvoji CSR shledali překážky na straně veřejného sektoru. Z toho důvodu požadují od státu zvýšenou podporu společensky odpovědného chování vybraných korporací – např. státními pobídkami, slevami na daních, vhodnou úpravou právních předpisů, či jiné formy podpory firem demonstrující CSR [5].

Investoři

S nárůstem zájmu o CSR vzrostl také v posledních dvou letech zájem o společensky odpovědné investování (socially responsible investment – SRI). Termín SRI je používán pro investiční rozhodování, které kombinuje faktory finanční, sociální, environmentální a etické. Investice do společensky odpovědných firem jsou považovány za méně rizikové a schopné většího zhodnocení. Až 69% manažerů a analytiků předpokládá, že SRI bude v následujících dvou letech stále růst [5].

Organizace občanského sektoru

Tato kategorie aktérů má široké spektrum pohledů na společenskou odpovědnost firem. Různí se jak jejich cíle, tak způsoby jak společenské odpovědnosti dosáhnout. Lidé představující občanský sektor mohou mít výhrady proti přístupu organizace k ekologii, ochraně práv zaměstnanců, úroveň produktů atd. Mohou jimi být *nevládní kontrolní organizace* (např. watchdogové organizace), organizace, které jsou firmami přímo založeny, nebo jsou *byznysově orientované* (např. BINGO); *odborové organizace*; *nadace a nadační fondy* (komunitní, podnikové, zdravotnické, školské...) [5].

Ratingové agentury

Cílem ratingových agentur je hodnocení společenské odpovědnosti korporací. Slouží pro posouzení vhodnosti jednotlivých investic. O služby ratingových agentur mají zájem nejen investoři, ale také firmy (korporace), které tím chtějí investory přilákat [3].

Evropská unie

Jedním z nejdůležitějších mezníků v procesu CSR byla Zelená kniha z roku 2001 (Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility). Na základě toho dokumentu byla nastolena základní politika EU v oblasti společenské odpovědnosti. EU potvrdila definici CSR jako dobrovolně přijatý způsob chování organizací, který jde nad rámec zákonných požadavků, neboť podniky jej považují za svůj dlouhodobý zájem. Bylo také zřízeno Fórum CSR- důvodem vzniku bylo propagovat transparentnost a inovativnost přístupu CSR, výměna zkušeností a best practices. Jak závěrečná zpráva Fóra CSR, tak

sdělení EU takřka odráží pohled podnikatelského sektoru a nepřikládá důležitost „multi-stakeholders přístupu“, nedoceňuje důležitost transparentnosti a nezávislého monitoringu (kontrola důvěryhodnosti CSR). Tato rozhodnutí byla do jisté míry zklamáním pro mnoho nevládních organizací, které doufaly v ustanovení právního rámce pro chování organizací v otázce společenské odpovědnosti.

Po identifikaci stakeholderů by měl následovat dialog s nimi. Společensky odpovědná firma by měla ukázat zájem o názory a postoje stakeholderů nejen uvnitř, ale i vně firmy. Dialog může vést k partnerství mezi organizací, veřejnou správou (státem) i občanským sektorem. Přínosem z takových dialogů může být vzájemná motivace, šíření dobrých praktik a většinou se zde projevuje zlepšení v dodavatelsko-odběratelských vztazích – šíření CSR jako řetězec [4].

2.4. Základní pilíře CSR

Ekonomický pilíř

V ekonomické oblasti se od společensky odpovědné firmy očekává, že podniká transparentně a pěstuje dobré vztahy se stakeholdery, konkrétně investory, zákazníky, dodavateli a dalšími obchodními partnery.

Spadají sem CSR aktivity jako je poskytování transparentních informací; praktické využívání etického kodexu; péče o zákazníky; nabídka kvalitních produktů; včasné placení faktur; šíření principů odpovědného podnikání v rámci dodavatelsko odběratelského řetězce; poskytování jasných, přesných a úplných informací o výrobcích a službách nebo využívání etické reklamy.

Z hlediska trhu se také někdy sleduje dopad podniku na ekonomiku státu či regionu, například v podobě rozvoje zaměstnanosti, budování infrastruktury, zvyšování životní úrovně obyvatelstva nebo boje proti korupci [9].

CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY
Správa a řízení firmy	Transparentnost	▪ Uveřejnění finančních i nefinančních informací
	Pravidla chování	▪ Etický kodex a jeho praktické využití
	Firemní image	▪ Monitorování a měření firemního image
Odpovědný přístup k zákazníkům	Zjišťování zpětné vazby	▪ Průzkum spokojenosti ▪ Evidence a řešení stížností
	Zapojení do rozhodování	▪ Sběr návrhů na zlepšení produktů a služeb ▪ Vliv zákazníků na zaměření CSR aktivit firmy
	Zákaznický servis	▪ Věrnostní program ▪ Poprodejní servis ▪ Bezbariérový přístup do prodejen ▪ Přístupnost webových stránek
	Kvalita produktů a služeb	▪ Použití norem kvality (ISO 9001, HACCP) ▪ Produktové označení programů Česká kvalita
	Vzdělávání zákazníků	▪ Školení preventivní servisní činnosti ▪ Školení bezpečnosti práce
Vztahy s dodavateli a dalšími obchodními partnery	Výběr dodavatelů	▪ Zahrnutí CSR hlediska do výběru dodavatelů
	Zjišťování zpětné vazby	▪ Průzkum spokojenosti ▪ Evidence a řešení stížností
	Obchodní vztahy	▪ Včasné placení faktur
	Šíření CSR	▪ Monitoring CSR praktik v dodavatelsko odběratelském řetězci ▪ Zapojení dodavatelů do CSR aktivit firmy
Marketing a reklama	Informace o produktech	▪ Poskytování jasných a přesných informací o výrobcích a službách
	Sdílený marketing	▪ Použití marketingových aktivit k společné propagaci firmy a dobročinné věci
	Reklamní etika	▪ Dodržování etického kodexu reklamy vydaného Radou pro reklamu

Tab. 2.1 CSR aktivity- Ekonomický pilíř. Zdroj: Csr-online, 2008

Sociální pilíř

Sociální pilíř můžeme rozdělit na dvě oblasti: pracovní prostředí a místní komunita.

Pracovní prostředí

Zaměstnanci jsou na firmě značně závislí: finanční odměna za vykonanou práci je pro ně zdrojem živobytí; je to místo, kde tráví významnou část dne; práce ovlivňuje kvalitu jejich soukromého i rodinného života a často může mít i vliv na jejich zdraví. Na druhou stranu

dlouhodobý úspěch firmy závisí na kvalitě zaměstnanců, kteří firmu řídí, vyrábějí výrobky, poskytují služby zákazníkům či vykonávají další činnosti podporující dosahování předem stanovených cílů. Uplatňování CSR konceptu v oblasti pracovního prostředí směřuje k situaci, kdy je toto vzájemné ovlivňování a soužití pro firmu i zaměstnance maximálně výhodné.

Do oblasti pracovního prostředí spadají CSR aktivity jako například zapojení zaměstnanců do rozhodování; férové ohodnocení za práci; nefinanční benefity; vzdělávání a rozvoj; zdraví a bezpečnost při práci; vyváženost pracovního a osobního života; odpovědné propouštění; rovné příležitosti či aktivní účast zaměstnanců na podpoře místní komunity [11].

CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY
Zapojení zaměstnanců a komunikace	Zjišťování zpětné vazby	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Průzkum spokojenosti ▪ Evidence a řešení stížností
	Zapojení do rozhodování	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sběr návrhů na zlepšení výkonnosti firmy ▪ Vliv zaměstnanců na zaměření CSR aktivit
	Interní komunikace	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Využití prostředků interní komunikace ▪ Informování uchazečů o práci o CSR
Ohodnocení za práci	Finanční ohodnocení	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Odpovídající platové ohodnocení
	Nefinanční benefity	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sportovní a relaxační vyžití ▪ Kulturní vyžití ▪ Společenské akce pro zaměstnance ▪ Navýšení dovolené a volna ▪ Osobní komfort (notebook, auto, mobil) ▪ Příspěvek na dojíždění do práce ▪ Zaměstnanecké akcie
Vzdělávání a rozvoj	Vzdělávání zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Školení, kurzy, mentoring
	Profesionální rozvoj	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plány kariérního rozvoje
Zdraví a bezpečnost	Firemní politika	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pravidla, opatření, školení
	Zdravotní služby	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Příspěvek na nadstandardní zdravotní péči ▪ Očkování
Vyváženost pracovního a osobního života	Flexibilní formy práce	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pružná pracovní doba ▪ Práce z domova ▪ Zkrácená pracovní doba ▪ Práce na směny ▪ Sdílení pracovního místa
	Péče o děti, seniory či nemocné osoby	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Příspěvek na hlídání ▪ Psychologická podpora
	Zaměstnanci na rodičovské dovolené	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kontakt během rodičovské dovolené ▪ Podpora při návratu do zaměstnání
Outplacement	Podpora propouštěných zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Finanční forma podpory ▪ Pomoc při hledání práce ▪ Rekvalifikace a školení
Rovné příležitosti	Opatření proti diskriminaci	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bránění diskriminaci na pracovišti i při náboru nových zaměstnanců
	Rozmanitost na pracovišti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Podpora rozmanitosti na pracovišti (ženy, etnické minority, handicapovaní a starší)
Podpora místní komunity	Firemní dobrovolnictví	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zaměstnanci vykonávají dobrovolnou práci v pracovní době (manuální práci či předávání odborných znalostí)
	Matchingový fond	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Firma navýší prostředky získané mezi zaměstnanci
	Benefiční akce	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Benefiční plesy, aukce, tomboly

Tab. 2.2 CSR aktivity- Sociální pilíř, pracovní prostředí. Zdroj: Csr-online, 2008

Místní komunita

Zahájením podnikatelské činnosti se firma stává součástí okolní komunity. Společensky odpovědná firma má snahu o navázání dobrých sousedských vztahů – zmírňuje své negativní dopady na okolí a podílí se na řešení místních problémů. To vše se jí vrátí v podobě pozitivního přijetí místní komunitou, ze které se mohou stát potenciální zákazníci i zaměstnanci. Podnik, který se aktivně zapojuje v místní komunitě, může identifikovat nové trhy či obchodní příležitosti, posilovat věrnost zákazníků, zvyšovat motivaci zaměstnanců, budovat kontakty a dobré vztahy s lokálními úřady, upoutat pozornost médií a také snáze navázat nové partnerské vztahy s jinými podniky. V neposlední řadě podpora komunity významně pomáhá budovat firemní reputaci - dobrou image společnosti. Firma se jako dobrý soused může projevovat například finanční či materiální podporou veřejně prospěšných aktivit a projektů, popř. přímo tvorbou volnočasových aktivit v obci, dobrovolnou prací svých zaměstnanců či spoluprací se školami [11].

CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY
Podpora komunity	Firemní dárcovství	▪ Finanční či materiální podpora, poskytnutí služeb se slevou či zdarma, zapůjčení firemních prostor
	Firemní dobrovolnictví	▪ Zaměstnanci vykonávají dobrovolnou práci v pracovní době (manuální práci či předávání odborných znalostí)
	Firemní investice do místní komunity	▪ Dlouhodobé strategické zapojení do místní komunity či partnerství s neziskovými organizacemi
	Komerční aktivity v místní komunitě	▪ Sdílený marketing ▪ Sponzoring
	Vlastní firemní projekty	▪ Vlastní veřejně prospěšné projekty
	Fair Trade, ethnocatering	▪ Využití Fair Trade produktů a ethnocateringů na firemních akcích, rautech a snídáních
Spolupráce se školami	Spolupráce se studenty	▪ Studentské stáže, praxe či exkurze ▪ Konzultace diplomových prací ▪ Podpora studentských aktivit
	Podpora výuky	▪ Zapůjčení či darování techniky ▪ Účast na výuce
Zapojení stakeholderů	Zapojení zaměstnanců	▪ Firemní dobrovolnictví ▪ Matchingový fond ▪ Benefiční akce s účastí zaměstnanců
	Zapojení zákazníků	▪ Zapojení zákazníků do CSR aktivit firmy
	Zapojení obchodních partnerů	▪ Zapojení obchodních partnerů do CSR aktivit

Tab. 2.3 CSR aktivity- Sociální pilíř, místní komunita. Zdroj: Csr-online, 2008

Environmentální pilíř

Také v oblasti životního prostředí platí, že firmě, jenž se pokusí minimalizovat svůj negativní dopad na životní prostředí, může její snaha přinést nové obchodní příležitosti. Podnik aktivní v environmentální oblasti má možnost ucházet se o tendry velkých korporací a veřejné správy nebo získat nové zákazníky z řad ekologicky uvědomělých spotřebitelů a hlavně tím podporuje dobré jméno firmy. Důležitou výhodou je také finanční úspora, kterou ekologický způsob podnikání přináší. Šetrné využívání energií, prevence znečišťování, minimalizace odpadu a recyklace, to vše může přinést podniku zefektivnění provozu, značné snížení nákladů v budoucnosti a jiné výhody. Například optimalizace vytápěcího programu snižuje negativní dopady na životní prostředí a zároveň firmě uspoří významnou finanční částku.

Do oblasti ochrany životního prostředí spadá celková environmentální politika - např. úspora energie a vody, minimalizace odpadu, třídění a recyklace, redukce využívání pohonných hmot, ekologicky přátelské produkty či nakupování ekologicky šetrných materiálů [10].

CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY
Environmentální politika	Řízení	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Environmentální strategie ▪ Využití norem (ISO 14001, EMAS) ▪ Environmentální audit
	Dodavatelský řetězec	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Environmentální kritéria výběru dodavatelů
	Zapojení stakeholderů	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Spolupráce na environmentálních aktivitách ▪ Návrhy na zlepšení environmentálních praktik
	Komunikace	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Environmentální školení ▪ Informace o environmentální politice firmy
	Změny klimatu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Opatření pro snižování uhlíkové stopy
Energie a voda	Úspora energie	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Opatření a zařízení na úsporu energie (důkladná izolace, energeticky úsporné technologie, regulace topení)
	Obnovitelné zdroje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Využití energie slunečního záření, biomasy
	Úspora vody	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Opatření a zařízení na úsporu vody
	Užitková voda	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Využití užitkové vody ve výrobním procesu, k zalévání zeleně či na toaletách
Odpad a recyklace	Třídění a recyklace	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Třídění a recyklace papíru, plastu, tonerů, cartridge a dalších materiálů
	Minimalizace odpadu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tisk z obou stran papíru ▪ Vratné barely na pitnou vodu ▪ Optimalizace výrobního procesu
Doprava	Přesun zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Podpora ekologicky šetrné cesty do/z práce ▪ Omezování služebních cest (videokonference)
	Přeprava zboží	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Optimalizace logistiky
Produkty a balení	Ekologické výrobky	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Výrobky či služby s ekoznačkou
	Obalové materiály	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Minimalizace obalových materiálů ▪ Ekologicky šetrné obalové materiály
Nakupování	Ekologicky šetrný nákup	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recyklovaný papír, ekologické čisticí prostředky, energeticky nenáročné produkty
	Místní dodavatelé	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nákup od místních dodavatelů

Tab. 2.4 CSR aktivity- Environmentální pilíř. Zdroj: Csr-online, 2008

Praktická část mé diplomové práce je koncipována do tří základních pilířů společenské odpovědnosti. Jedná se o oblasti týkající se životního prostředí, sociální a ekonomická oblast. Tyto oblasti jsou totiž klíčové v analýze společenské odpovědnosti organizace. Obecně platí, že společenská odpovědnost představuje způsob, jak transparentně a odpovědně firmy integrují sociální, ekologické a ekonomické otázky do svých hodnot, kultury, rozhodování, strategie a operací a tím ve firmě zavádí lepší praktiky, vytváří zisk a zvyšují hodnotu firmy.

Mnoho faktorů a vlivů, včetně následujících, vedly ke zvýšení pozornosti věnující se CSR. Těmito všemi faktory prostupuje oblast sociální, ekologická a ekonomická:

- **Globalizace** - v zaměření na mezinárodní obchod, nadnárodní podniky a globální dodavatelské řetězce - ve stále větší míře zvyšovat společenskou odpovědnost mířenou na řízení lidských zdrojů, ochranu životního prostředí a zdraví a bezpečnost při práci.
- **Vlády a mezivládní orgány**, jako je Organizace spojených národů, Organizace pro hospodářskou spolupráci-operaci a rozvoj a Mezinárodní organizace práce, se zabývají tvorbou pokynů, prohlášení, zásad a dalšími nástroji, které vedou k osnovám společenských norem pro přijatelné chování.
- **Pokroky v oblasti komunikačních technologií** jako je internet, mobilní telefony a osobní digitální asistenti, usnadňují sledování firemních aktivit a šíření informací o nich. Nevládní organizace nyní pravidelně upozorňují prostřednictvím svých internetových stránek na obchodní praktiky, které pokládají za problematické.
- **Spotřebitelé a investoři** vykazují rostoucí zájem podpory odpovědných obchodních praktik a požadují více informací o tom, jak jsou společnosti zaměřené na rizika a příležitosti spojené se sociální a environmentální problematikou.
- **Četné a závažné porušování firemní etiky** přispělo k zvýšené nedůvěře společnosti a zdůraznilo potřebu zlepšení správy a řízení, transparentnosti, odpovědnosti a dodržování etických norem.

- Občané v mnoha zemích se jasně shodují, že podniky by měly splňovat normy sociální a normy pro ochranu životního prostředí bez ohledu na to, kde firma působí.
- Firmy si uvědomují, že přijetí efektivního přístupu k CSR může snížit riziko přerušení podnikání, otevírají nové příležitosti a posilují značku a pověst společnosti [13].

2.5. Metody měření CSR, CSP

Od prvotní myšlenky konceptu CSR se v posledních desetiletích koncept rozrostl na komplexní a univerzální pojem, který je čím dál důležitější pro firemní rozhodování. Tento pojem však s sebou nese nejasnosti týkající se měření asi i proto, že chybí jasná a sjednocená definice pojmu. Tím pádem není sestaven konkrétní rámec nebo model pro systematické shromažďování podnikových dat v souvislosti s problematikou CSR.

Koncept společenské výkonnosti – Corporate social performance (dále jen CSP) je dalším rozpracováním této oblasti a zahrnuje v sobě výše zmíněné poznatky o CSR. Můžeme říci, že převádí myšlenky vyplývající z CSR do praktické roviny, jelikož se snaží vyhodnotit konkrétní aktivity podniku převážně kvantitativní metodou.

CSP lze měřit několika způsoby, nejprůhledněji je strukturuje Decock-Good (2001), když jednotlivé metody měření CSP rozděluje do pěti skupin [3].

1. Měření na základě obsahové analýzy výročních zpráv

Hlavní výhodou takového způsobu měření CSR je, že informace potřebné pro analýzu jsou snadno dostupné. Velkým problémem při hodnocení CSP na tomto základě může být rozdílný přístup k obsahu publikovaných zpráv.

V některých případech tak může být velmi obtížné provádět hodnocení pouze na základě obsahové analýzy, protože mnohdy některé oblasti ve výročních zprávách chybí; zároveň je těžké podniky porovnávat mezi sebou na základě těchto zjištění, neboť neexistuje jednotná

metodologie tvorby výročních zpráv. Dalším problémem při tomto postupu je, že výchozí zpráva je dílem podniku a může obsahovat neúplné, často i záměrně zkreslené údaje. Těmto nedostatkům se dá částečně předejít následnou kontrolou informací z jiných zdrojů.

2. Indexy znečištění

Zásadní nevýhodou měření CSP na základě těchto ukazatelů je skutečnost, že se indexy vztahují jen k jedné oblasti CSR a že na jejich základě lze ohodnotit environmentální výkonnost podniků pouze z některých odvětví. Na druhé straně je toto ohodnocení prováděno nezávislou organizací, což snižuje riziko záměrného zkreslování údajů a měření je tím objektivnější.

3. Měření na základě poznatků získaných z dotazníků/ kvalitativního rozhovoru

U těchto metod záleží přesnost výsledku na zvolené metodologii. I zde je problémem záměrné či nezáměrné zkreslování reality respondenta/y, které může být částečně zmírněno např. následnou kontrolou získaných odpovědí.

4. Indexy hodnotící pověst podniku

Ze sekundární analýzy různých výzkumů vyplynulo, že se dost často jako zástupce za měřítko výkonnosti v oblasti CSR bere umístění podniku v různých žebříčcích hodnotících pověst firmy (např. image). Indexy většinou zkoumají názory různých skupin stakeholderů na podnik, které mají mnohdy subjektivní podobu se zohledněním aktivit v určitých oblastech. Často v těchto případech vzniká kritika, že do těchto žebříčků se dostávají pouze velké společnosti, které jsou mediálně známé a respondenti jsou zvyklí je na tato místa jmenovat.

5. Data poskytována ratingovými agenturami

Většinou se jedná o souhrnné hodnocení různých oblastí společensky odpovědného chování, které poskytují ratingové agentury, což je určitou zárukou objektivity prezentovaných závěrů, ale i zde se kvalita informací odvíjí od zvolené metodologie. Problémem v této oblasti může být skutečnost, že hodnocení není transparentní.

V oblasti oceňování CSR existuje mnoho výzkumných projektů a ratingových agentur, které se snaží měřit CSP a své výsledky následně prodávají např. investičním fondům, kterým slouží jako podkladový materiál při rozhodování o investicích do konkrétních podniků. Nedostatkem vytvořených dotazníků a indexů je však to, že výzkumníci či ratingové agentury často nezveřejňují vytvořené dotazníky a neuvádí, jakým způsobem jsou indexy konstruovány, resp. konstrukci pouze naznačí. Někdy jsou zveřejněná kritéria indexů vágní a je poměrně obtížné porovnávat podniky oceněné různými indexy, jelikož se zkoumaná kritéria různí index od indexu [3].

2.6. O nejlepších dostupných technikách (BAT)

Dle zákona č. 76/2002 Sb., o integrované prevenci a omezování znečištění, jsou nejlepší dostupné techniky (BAT – Best Available Techniques) definované jako nejúčinnější a nejpokročilejší stadium vývoje technologií a činností a způsobů jejich provozování, které ukazují praktickou vhodnost určitých technik navržených k předcházení a pokud to není možné, tak k omezování emisí a jejich dopadů na životní prostředí.

Dosažení nejlepších dostupných technik při provozu velkých průmyslových a zemědělských zařízení představuje jeden z nejvýznamnějších nástrojů v ochraně životního prostředí jako celku a je nejdůležitější součástí procesu integrované prevence a omezování znečištění.

Při hodnocení a stanovení nejlepších dostupných technik se vychází především z technické úrovně zařízení, zejména z pohledu dosahované úrovně emisí do ovzduší, vody a půdy, množství produkovaných odpadů, materiálové a energetické náročnosti, nástrojů environmentálního řízení a ekonomických možností provozovatele zařízení při dosažení regionálních standardů životního prostředí.

Získané údaje se následně porovnávají s definovanými nejlepšími dostupnými technikami, začleněnými do evropských referenčních dokumentů o nejlepších dostupných technikách (Reference Document on Best Available Techniques – BREF). BREFy neberou v úvahu místní podmínky a nemají povahu závazných předpisů, jsou zpracovávány a vydávány odbornými institucemi Evropské komise se zastoupením všech členských států na základě

výměny informací mezi národními technickými pracovními skupinami (TPS) jednotlivých členských zemí [8].

Zhodnocením situace dle BAT ve Sklárnách Moravia, akciové společnosti, se budu zabývat v praktické části.

2.7. Předpoklady CSR

Úspěšný koncept CSR vychází z několika hlavních předpokladů:

1. CSR předpokládá, že organizace budou jednat odpovědně *nad rámec zákonných norem*. Konkrétními příklady takového jednání mohou být: aktivní antikorupční politika firmy, vytváření dlouhodobých vztahů s obchodními partnery a zákazníky, bezpečnost a ochrana zdraví zaměstnanců nad rámec zákona, školení a vzdělávání zaměstnanců, zmenšování negativních vlivů na životní prostředí, ochrana přírodních zdrojů atd.
2. Základním předpokladem úspěšnosti společenské odpovědnosti firmy je *strategické zpracování programu CSR* včetně jeho správné implementace na strategické úrovni. Proces zpracování strategie se skládá z několika nezbytných kroků. Jedná se zejména o definování vize, poslání, firemních hodnot a etických kodexů, analýzu stakeholderů, analýzu CSR u konkurence, vypracování časových a finančních plánů, integrace konceptu CSR do podnikových procesů, realizace, kontrola a zpětná vazba.
3. Koncept CSR by měl být *v souladu se stěžejní činností podnikání*. Odpovědnost by neměla být chápána jako nástavba, která nesouvisí s podnikatelskou činností. Měla by být provázána se všemi firemními aktivitami.
4. Koncept CSR by měl *vycházet ze základních firemních hodnot* (nastavené firemní kultury). Z toho hlediska je nezbytná podpora top managementu, která formuluje vizi, poslání, hodnoty a strategii organizace a pomáhá vytvářet firemní kulturu [2].

2.8. Dopady CSR

Začleněním CSR jako strategické investice do základní obchodní strategie a principů managementu může mít pozitivní dopad na organizaci, životní prostředí, komunitu, ve které organizace působí a navíc pozvedávat její image a hospodářské výsledky.

Trendem poslední doby není směřování ke globálním značkám a nadnárodním organizacím s globálními dodavatelskými řetězci, ale i k podnikání kde významnou roli zaujímá sektor podniků malých a středních. Proto lze předpokládat, že dle vývoje trendu význam CSR poroste i v oblasti činností malých a středních firem.

Nyní si uvedeme, jaké **výhody** může přinést podniku zavedení CSR v její organizaci:

- Dlouhodobá udržitelnost rozvoje (vyšší jistota dlouhodobého dosahování zisku)
- Možnost přilákat a udržet si kvalitní zaměstnance
- Posílení důvěryhodnosti
- Budování reputace- zlepšení image firmy
- Odlišení se od konkurence
- Růst prodeje a věrnosti zákazníků
- Zlepšení kvality produktů, hodnoty značky, kvality managementu
- Přímé úspory odrážející se z kvality produktů, zvýšení efektivnosti
- Zmenšení nákladů na risk management
- Snížení rizika stávek (zaměstnanců, odborů, okolí)
- Přímé finanční úspory spojené s ekologickou praxí.

Výčtem výhod bychom mohli pokračovat dle konkrétního zaměření činnosti organizace.

2.9. Využití v podnikové praxi a na trhu

Na základě provedených analýz a průzkumů (např. sdružení Business Leaders Forum, GARDE, 2006-7) a vlastních poznatků o společenské odpovědnosti organizací v ČR lze současný stav charakterizovat takto:

- nízké povědomí o rozsahu oblasti CSR (vnímání je často zúženo na etické chování firem a filantropii),
- nesystémový přístup firem ke konceptu CSR (různorodost a neprovázanost aktivit, chybí strategie, cíle a měřítka, není delegována odpovědnost).
- politika CSR je ve firmách zaměřena spíše dovnitř (vzdělávání a sociální výhody pro zaměstnance),
- firmy deklarují především etické kodexy a aktivity v oblasti ochrany životního prostředí a dárcovství,
- záměna aktivit CSR za marketingové aktivity (prezentace firmy a jejich produktů) či dokonce za činnosti vyplývající z legislativy,
- nedostatečná podpora a uplatňování CSR ze strany veřejného sektoru,
- nízká mediální podpora problematiky CSR včetně malé osvěty přínosu organizací zabývajících se CSR (nedostatečná informovanost veřejnosti).

Hlavním úkolem veřejného sektoru v oblasti CSR je přispět k transparentní a široké implementaci klíčových myšlenek přístupu CSR do komerčního sektoru [www.csr-online.cz]. V době současné ekonomické stagnace a s tím spojeným tlakem na snižování výdajů veřejných rozpočtů může koncept CSR sehrát důležitou roli [3].

Aby koncept CSR měl vůbec smysl, je třeba neustále hledat cesty k jeho posílení a rozšíření nejen mezi zástupci podnikatelského sektoru, ale i sektoru veřejného. K dosažení toho cíle by mohly vést tyto aktivity:

- přijetí jednotné strategie veřejného sektoru v ČR v přístupu k CSR s cílem vytvořit motivující prostředí pro veřejné a soukromé firmy k větší spolupráci.
- propagace konceptu CSR- jeho smyslu a efektů pro budoucí generace,
- podpora přístupu CSR ve středních a malých firmách z hlediska implementace CSR do každodenních aktivit firmy,
- podpora výzkumu a vzdělávání v oblasti CSR,
- podpora iniciativ v oblasti CSR a prohlubování dialogu mezi zainteresovanými stranami,
- uznání a ocenění společensky odpovědných firem a jejich partnerů v oblasti CSR,
- posilování transparentnosti a důvěryhodnosti, reporting,

- **přijetí normy pro oblast CSR,**
- spolupráce s ostatními státy v oblasti CSR.

2.10. Přijetí jednotné strategie CSR

Bylo by velmi nekonceptční a nesprávné věřit tomu, že se o další rozvoj a rozšíření myšlenek CSR do běžných podnikatelských zvyklostí ČR zaslouží pouze nevládní organizace a iniciativy či nadnárodní korporace podnikající u nás.

Naše vláda musí zahrnout principy CSR do své vládní politiky, která by mohla být koordinována např. prostřednictvím ministra pro společenskou odpovědnost (jako je tomu ve Velké Británii). Inspirací v tomto směru mohou být i země nám blíže, např. v Polsku byla CSR zahrnuta do strategie národního rozvoje 2006-2013.

Je nezbytné snažit se o vytvoření jednotné strategie při prosazování principů CSR a také zajistit v ČR vhodné a motivující prostředí pro společensky odpovědné chování firem-prostředí, které více oceňuje a inspiruje (tím je myšleno zejména motivační daňové a legislativní prostředí). Strategie podpory CSR by mohla být postavena i na tzv. decentralizovaném přístupu – tedy dosahování národních cílů zaměřením se na problémy na lokální úrovni.

Koncept CSR je poměrně nový (převážně v ČR) a jeho praktickou aplikaci můžeme nalézt především u nadnárodních podniků. Střední a malé organizace v aplikaci tohoto konceptu značně zaostávají za těmi velkými, které již koncept CSR vnímají jako budování konkurenční výhody ve vztahu k zákazníkům, zaměstnancům, regionům, médiím atd. Sektor malých a středních firem je specifický tím, že maximalizace zisku je mnohdy nadřazená zodpovědnému chování. Proto se v tomto projektu zaměřuje na střední a malé organizace, u kterých se zavádění konceptu CSR liší od korporátních firem.

Dalším sektorem, kde je koncept CSR zcela podceňován, popřípadě není efektivně rozvinut, je neziskový sektor. Důvodem je mnohdy personální nedostatečnost, omezený přístup k know-how, propojení hlavní činnosti organizací s vizí a strategií, pochopení a prosazování vize a strategie představiteli těchto organizací atd. Koncept CSR by mohl být

dobrým příslibem k větší spolupráci mezi veřejným a soukromým sektorem. Jak vyplývá z dotazníkového šetření v organizacích municipální sféry, na otázku, zda mohou CSR aktivity napomoci větší ochotě spolupráce veřejného a soukromého sektoru, odpovědělo 36% kladně, 61% nevědělo a jen pouhá 3% odpověděla záporně.

Na českém (ale i evropském) trhu již existuje několik **příruček o CSR**, které mají především informační charakter (www.csr-online.cz). Chybí praktický manuál implementace CSR, který by organizaci provedl celým procesem zavádění CSR do praxe krok za krokem s prokazatelně dosažitelnými měřitelnými milníky, efekty a riziky vyplývajícími z jednotlivých kroků. Právě takto prakticky zaměřený manuál by měl být cílem projektu. Literatura doporučuje soustředit se na sociální pilíř konceptu CSR, který je hybnou silou pro rozvoj dalších pilířů (ekonomického a environmentálního).

2.11. Normy zohledňující společenskou odpovědnost

ISO 26000

Mezinárodní normy jsou navrhovány podle pravidel Směrnice ISO/IEC, část 2. ISO 26000 byla vytvořena pracovní skupinou pro společenskou odpovědnost, která je zřízena přímo Technickým řídicím výborem ISO. Návrh mezinárodní normy, odsouhlasený pracovní skupinou je předkládán členským organizacím k hlasování. Schválení mezinárodní normy vyžaduje souhlas alespoň 75% hlasujících členských organizací. Hlavním úkolem technických komisí je vytvářet mezinárodní normy.

Tato mezinárodní norma poskytuje návod k základním principům společenské odpovědnosti, hlavním předmětům a záležitostem náležícím do oblasti společenské odpovědnosti a k cestám implementace společensky odpovědného chování do existující strategie, systémů, praxí a procesů organizace. Tato norma zdůrazňuje význam výsledků a výkonnosti.

Norma je určena k použití pro všechny organizace malé i velké, v rozvojových i rozvinutých zemích. Zatímco ne všechny části této normy jsou relevantní pro všechny

organizace, všechny klíčové problémy pro ně relevantní jsou. Je individuální zodpovědností organizací identifikovat ty relevantní a významné podle důležitosti a pomocí dialogu se zainteresovanými stranami.

Vládní organizace si mohou přát využít tuto normu. Avšak tato není určena k nahrazení, alternování nebo k jakémukoliv změně závazků států.

Tato mezinárodní norma byla vytvořena v rámci procesu, do kterého byla zapojena velká řada zainteresovaných stran, včetně expertů z přibližně osmdesáti zemí a 40 mezinárodních organizací nebo organizací s širokou regionální působností s různými pohledy na společenskou odpovědnost. Tito experti zastupovali šest různých skupin zainteresovaných stran: spotřebitele, vládu, průmysl, odbory, nevládní organizace (NGO) a služby, poradenství, výzkum a další. Byla vyvinuta maximální snaha k dosažení rovnovážného zastoupení rozvojových a rozvinutých zemí stejně jako rovného zastoupení mužů a žen v jednotlivých skupinách.

Ačkoliv bylo vyvinuto úsilí zajistit širokou a reprezentativní účast zástupců všech zainteresovaných stran, úplná rovnováha zainteresovaných stran byla narušena různými faktory, včetně dostupnosti zdrojů a znalosti anglického jazyka [14].

Přehled norem, které jakýmkoliv způsobem zmiňují problematiku CSR:

- management jakosti: ČSN EN ISO 9001:2002 – Systémy managementu jakosti – Požadavky. ČSN EN ISO 9004:2002 – Systémy managementu jakosti- Směrnice pro zlepšování výkonnosti. Model excelence EFQM
- Auditování systému managementu: ČSN EN ISO 19011:2003 – Směrnice pro auditování systému managementu jakosti a/nebo systému environmentálního managementu.
- Environmentální management: ČSN ISO 14001:2005 – Systémy environmentálního managementu- Požadavky s návodem na použití. ČSN ISO 14004:2005 – Systémy environmentálního managementu- Všeobecná směrnice k zásadám, systémům a podpůrným metodám.
- Management bezpečnosti a ochrany: ČSN OHSAS 18001:2008, Bezpečný podnik, ISO 27001, HACCP, ISO 22000.
- Management lidských zdrojů: ČSN ISO 10015, Investors in People.

- Společenská odpovědnost: SA 8000:2001, ISO 26000, OECD (Guidelines for Multinational Enterprises), AA 1000, Global Compact, SAN Ltd., ETHIBEL, Global Reporting Initiative (GRI)

2.12. Koncept CSR jako trend

Je pravda, že v dnešní době je pozitivní odlišení nejčastěji uváděným efektem společenské odpovědnosti. Trendy směřují k tomu, aby se z „pouhého“ pozitivního odlišení stala konkurenční výhoda. Aby fakt, že se firma chová odpovědně, vnímali informovaní zákazníci a banky. Aby to, že se firma chová společensky odpovědně, to znamená uvažuje o svém podnikání z dlouhodobého horizontu a uvažuje o dopadech, vnímali investoři. Aby byli vstřícnější k poskytování finančních zdrojů firmě. Což už může být výhoda.

Dalším efektem je skutečnost, že zaměstnanci jinak přistupují k firmě s dobrou pověstí, za kterou se nemusí stydět, obzvláště když se jedná o výrazné specialisty a manažerské osobnosti. Pravdou je, že v dělnických profesích nehraje tento pohled až tak významnou roli. Ale u špičkových specialistů, středních a vyšších manažerů toto hledisko svou roli může hrát. Lidé tohoto ražení jdou raději pracovat do firmy s dobrou pověstí, do firmy, která uvažuje o svém podnikání na úrovni trvale udržitelného rozvoje. Je tu posun od pozitivního odlišení v marketingovém slova smyslu ke konkurenční výhodě jak na trhu práce, tak na finančním trhu i na obchodním trhu dle předmětu podnikání. Protože řada zákazníků vnímá, jestli své peníze nechávají ve firmě, která má dobrou pověst, chová se společensky odpovědně, nebo u firmy, kde tomu tak není.

Trend nám vlastně představuje nějakou celkovou dlouhodobější změnu. Vzhledem k průzkumům a vůbec neustálému řešení otázky společenské odpovědnosti firem (ať už v ČR nebo ve světě) můžeme koncept CSR považovat jednoznačně za trend. Ať už se firmy přiklání k tomuto konceptu z ryzích důvodů (skutečný zájem o lidi, ekologie, etiku...), nebo pouze za účelem většího zisku, koncept CSR má své velké přínosy pro všechny.

2.13. Přínosy a rizika konceptu CSR

Společensky odpovědné chování organizací není typický trend, u kterého bychom mohli porovnávat přínosy a rizika z něj plynoucí. Prakticky z něj plynou pro všechny zainteresované skupiny spíše přínosy a výhody než rizika. O přínosech jsem se již zmiňovala u popisu trendu, a proto z nich připomenu pouze ty nejdůležitější skupiny.

Přínosy CSR si můžeme stručně kategorizovat pro jednotlivé zainteresované skupiny:

- **Zákazníci** podniků praktikujících CSR: zvyšování kvality nakupovaných produktů (služeb), inovace organizací vedoucí k širší nabídce produktů/služeb.
- **Dodavatelé** spolupracující s podniky praktikujícími CSR: pozitivní tlak na zvyšování kvality služeb dodavatelů, zefektivnění a zprůhlednění dodavatelsko-odběratelských vztahů.
- **Zaměstnanci** podniků praktikujících CSR: zvyšování péče o zaměstnance, o rozvoj jejich kvalifikace, zlepšování pracovního prostředí.
- **Veřejný sektor**: úspora finančních prostředků, zlepšující se kvalita a dostupnost veřejných služeb (díky finanční a kapacitní podpoře organizací praktikujících CSR).
- **Občané**: zlepšující se sociální vztahy v regionu, zlepšující se životní prostředí v konkrétním regionu.
- **Organizace** praktikující CSR: zvýšení zisku z dlouhodobého hlediska, zvýšení produktivity a kvality, zvýšení hodnoty organizace, snížení nákladů, resp. zvýšení efektivity, zvýšení loajality klientů, přímé finanční úspory ze zavádění environmentálních opatření, dobré vztahy v komunitě, v níž firma působí, konkurenční výhody vůči firmám bez vlastní CSR strategie, zlepšení reputace a spojování organizace s kladnými hodnotami, kvalitní, loajální a motivovaní zaměstnanci atd.

Bohužel, trendy rozvoje lidské společnosti ukazují v globálním měřítku spíše na neudržitelnost dosavadních přístupů k lidským činnostem- na přečerpání přírodních zdrojů, nadměrnou produkci odpadů a znečištění všeho druhu v omezeném prostřední naší planety, na řízení založeném mnohdy na značně nezodpovědném rozhodování jednotlivců, zvyšování

materiální orientace života jen pro určitou část lidstva apod. Zvyšující se pozornost věnovaná trendům vývoje ukázala, že všechny ekologické nedostatky jdou však ruku v ruce s otázkami sociálními a ekonomickými. Problémy jsou již tak zjevné, že se jimi zabývají na globální úrovni vrcholové orgány a organizace na celém světě. Z těchto důvodů doufám, že trend společenské odpovědnosti bude nadále ve světové ekonomice přetrvávat, a že jej firmy budou brát opravdu ZODPOVĚDNĚ.

3. CHARAKTERISTIKA ORGANIZACE

V této kapitole budu představovat organizaci, o které píši svou diplomovou práci, a tedy Sklářny Moravia, akciová společnost, se sídlem v Úsobrně. Kapitola se skládá z několika podkapitol, kde popisuji např. historii společnosti, čím se vlastně zabývají a čím jsou na trhu výjimeční, popisuji organizační strukturu. Vzhledem k tématu mé diplomové práce se zde také zabývám otázkou životního prostředí, normami kvality, politikou jakosti nebo rozvojem zaměstnanců. Většinu těchto informací jsem čerpala z výroční zprávy z roku 2009 - ta je prozatím nejnovější výroční zprávou. Sklářny již pracují na výroční zprávě 2010, ale byla jsem ujištěna, že informace jsou zhruba ze 70% informací jsou totožné. Zbytek informací mi poskytl přímo ing. Ladislav Bartoň, který ve sklárnách vykonává funkci ředitele společnosti a je místopředsedou představenstva.

3.1. Historie společnosti

- 1827- dal majitel šebetovského panství, hrabě Karl Moric Strachwitz postavit v údolí potoka Úsobrnky sklářskou huť, která dostala po svém zakladateli jméno Karlshutte- Karlova huť. Stavba byla dřevěná a sklářská výroba v í začala v roce 1828. Výhodná komunikační poloha, potok s dostatkem vody, tekoucí v bezprostřední blízkosti a okolní lesy s množstvím dříví i základních surovin. To vše dávalo dobré podmínky, které přispěly ke vzniku této huti.
- 1910- dřevěná budova byla zbořena a místo ní postavená nová. V té době byla sklárna s 208 zaměstnanci jednou z nejmodernějších hutí.

- 1958- v rámci reorganizace průmyslu byla úsobrná sklárna včleněna do podniku skláren MORAVIA v Kyjově.
- 1971- zahájena přestavba a modernizace celého závodu.
- 1991- delimitace závodu Úsobrno. Sklárna v Úsobrně se stává samostatnou dceřinou akciovou společností holdingu MORAVIA KYJOV.
- 1996- privatizace sklárny, akcionáři sklárny se stávají ing. Roman Hauerland, ing. Ladislav Bartoň a komanditní společnost Starorežná Prostějov. Mění se název firmy na Sklárny Moravia, akciová společnost se sídlem v Úsobrně.
- 1998- majoritním vlastníkem se stala Starorežná Prostějov, která odkoupila podíl od ing. Romana Hauerlanda.
- 2001- osvědčení o certifikaci kvality ISO 9001.
- 2003- nová střecha brusírny. Inovační reaudit systému řízení jakosti na normu ISO 9001 : 2000.
- 2004- vyřizen živnostenský list pro nakládání s odpady (vyjma nebezpečných), generální oprava feedru pro linku AL 106.4.
- 2009 - výroba největší zakázky v historii sklárny-láhev Toma 0,3 světlemodrá sklovina, celkové množství 7 mil. ks lahví.
- 2010- přebudování kulturního domu na sklad, podání žádosti (projektu) na dotaci v programu ROZVOJ - nákup nových strojů, výroba nové zakázky pro Pepsi Cola láhev Toma 0,3 světle modrá sklovina celkové množství 3,2 mil.ks lahví.

3.2. Řídící orgány akciové společnosti

Řídící orgány akciové společnosti se skládají z představenstva (předseda, místopředseda, člen) a dozorčí rady (předseda, členové).

Sídlo akciové společnosti:

Úsobrno č.p. 79

CZ – 697 39 Úsobrno

3.3 Profil společnosti

Akciová společnost Sklářny Moravia, se sídlem v Úsobrně je tradičním výrobcem a prodejcem obalového skla:

- Láhve na alkohol a likéry,
- láhve na víno,
- sklenice v potravinářství,
- kosmetické flakóny,
- laboratorní sklo (reagenční láhve, prachovnice, kapací láhve, byretové láhve),

vše v barvách skla prémium čirá, čirá, černá, hnědá a zelená, s objemy v rozmezí od 50 ml do 2 500 ml a maximální výškou 340 mm.

Těžištěm firemní filozofie je orientace na zákazníka, přičemž na prvním místě zdůrazňujeme uspokojování jeho potřeb a požadavků. Specializujeme se na výrobu lahví a sklenic originálních tvarů dle přání zákazníka, v sériích od 20-ti tisíc kusů.

Nabídka je doplněna také bohatou škálou služeb: zpracování nového designu, výkresové dokumentace, výroby forem, balení dle požadavků a další dodávky pro celkovou kompletaci výrobků.

Nabídka zahrnuje také bohatou škálu služeb zajišťující zpracování výkresové dokumentace, výrobu forem, povrchové úpravy (matování, vypalovací obtisky, barevný nástřik, sítotisk) a další dodávky pro celkovou kompletaci výrobků.

3.4. Politika jakosti

Při formulaci politiky jakosti vedení společnosti vycházelo z předpokladu rostoucí poptávky po tvarových lahvích v menších a středních výrobních sériích a z předpokladu zvýšeného zájmu zákazníků o další barvy skloviny.

Základní koncepční záměr akciové společnosti je stát se konsolidovanou a prosperující sklárnou se zaměřením na tržní segment speciálních tvarových obalů, který doplňuje nabídku obalového skla nejen v České republice, ale také v Evropě.

Vedení společnosti se zavazuje vytvořit takový systém řízení jakosti, který umožní neustálé zlepšování kvality výrobků a služeb zákazníkům.

3.5. Rozvoj zaměstnanců



Firma Sklářny Moravia, akciová společnost, získala dotaci z EU prostřednictvím ESF ve výši 2 811 535,- Kč na projekt Rozvoj zaměstnanců firmy Sklářny Moravia a.s.



OPERAČNÍ PROGRAM
LIDSKÉ ZDROJE
A ZAMĚSTNANOST

PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
www.esfcr.cz

Tento projekt je financován z prostředků Evropské unie prostřednictvím Evropského sociálního fondu a z prostředků státního rozpočtu ČR [16].

Ode dne 13. 10. 2009 byl zahájen řádný běh vzdělávacích kurzů v rámci projektu Rozvoj zaměstnanců dle schváleného harmonogramu školení. Hlavním cílem předkládaného projektu je stabilizovat růst společnosti, zlepšit práci se zákazníkem a posílit image firmy pro všechny cílové stakeholdery. Toho chtějí sklárny dosáhnout rozvojem zaměstnanců v oblasti jejich pracovních dovedností a schopností a pracovní motivace a vlastní zainteresovanosti na výsledcích firmy.

Projekt je zaměřen na tyto 3 skupiny pracovníků:

Vedení společnosti – 7 osob

Mistři a vedoucí středisek – 10 osob

Obchodníci a THP – 8 osob

3.6. ISO 9001

K zavedení normy ISO 9001 ve Sklárnách Moravia, a.s., vedlo vedení několik důvodů, z nichž je nutno zdůraznit následující:

- vyhovět zákazníkům, kteří certifikát ISO 9001 vyžadují,
- uplatnit se na trzích Evropské unie,
- konkurovat na domácím trhu i na zahraničních trzích,
- zdokonalovat vlastní systém řízení kvality.

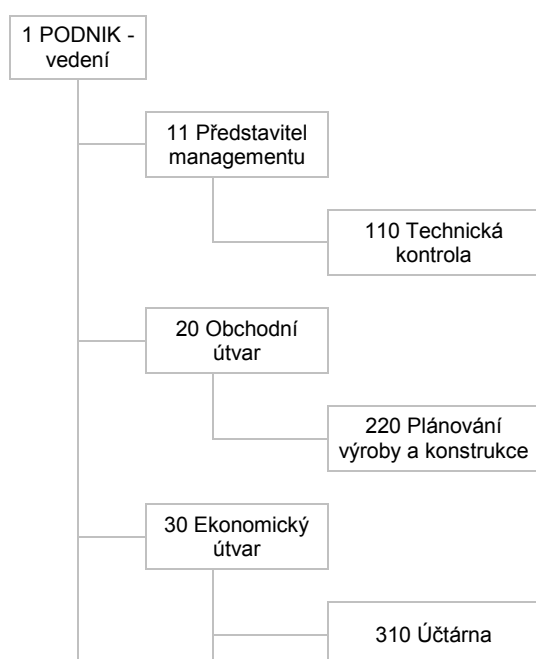
Sklárny Moravia, a.s., byly certifikovány autorizovaným orgánem- firmou Moody International podle ČSN EN ISO 9001:1994 v lednu 2001.

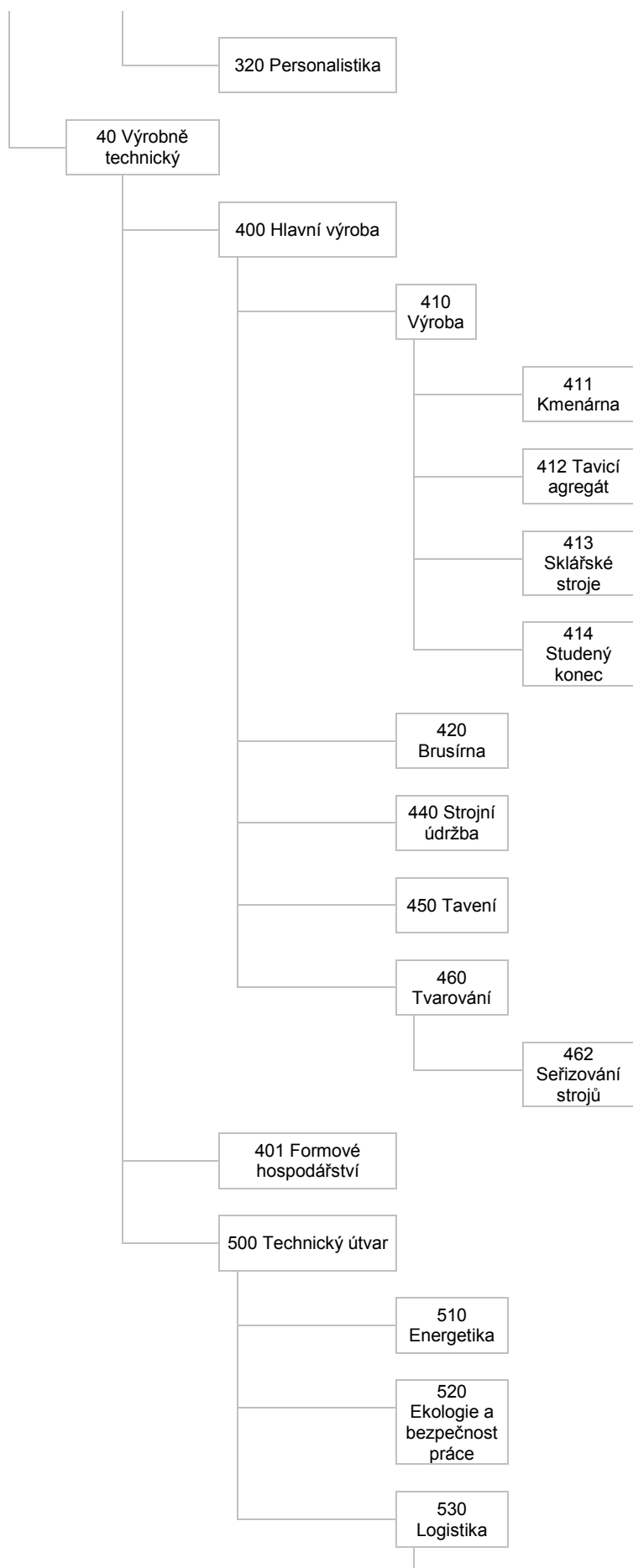
Recertifikaci podle verze ČSN EN ISO 9001:2008 provedla v listopadu 2009 rovněž Moody International. Rozsah registrace je stanoven certifikátem č. 24091. Oblast použití systému kvality zahrnuje návrh, výrobu, kontrolu a zkoušení hotového výrobku.

Nejvyšší úroveň dokumentace systému managementu kvality ve Sklárnách Moravia, a.s., představuje příručka kvality, která je koncipována podle struktury normy ISO 9001 a obsahuje všechny kapitoly normy aplikované do podmínek Skláren Moravia, a.s. [15].

3.7. Organizační struktura společnosti

Organizační schéma







3.8. Zpráva o vývoji činnosti účetní jednotky a o jejím postavení

Přehled spotřeby energie a výroba v prodejních cenách:

Rok 2006 – spotřeba energie 54 839 tis. Kč výroba v prodej. cenách 165,8 mil. Kč

Rok 2007 - spotřeba energie 54 288 tis. Kč výroba v prodej.cenách 206,9 mil. Kč

Rok 2008 – spotřeba energie 65 000 tis. Kč výroba v prodej. cenách 216,3 mil. Kč

Rok 2009 - spotřeba energie 59 151 tis. Kč výroba v prodej. cenách 211,9 mil.Kč

Přehled vývoje tunové ceny:

1. pol. 2006: 23 114 Kč/tuna

2. pol. 2006: 23 520 Kč/tuna

1. pol. 2007: 22 551 Kč/tuna

2. pol. 2007: 20 248 Kč/tuna

1. pol. 2008: 19 563 Kč/tuna

2. pol. 2008: 20 884 Kč/tuna

1. pol. 2009: 18 217 Kč/tuna

2. pol. 2009: 21 303 Kč/tuna

Podíl exportu v %:

2005	58,0%
2006	52,7%
2007	67,2%
2008	62,2%
2009	67,3%

Přehled vývoje tunového packu:

2005- 66,3% **2006-** 60,2% **2007-** 67,4% **2008-** 69,6 % **2009-** 67,8%

Zpráva o událostech, které nastaly po datu účetní závěrky

Prodej v I. čtvrtletí roku 2010 z důvodu propadu v únoru (tržby pouze 12,6 mil.) je horší o 3,6 mil. Kč než ve stejném období roku 2009 (pokles o 6,5%).

Výroba v I.Q roku 2010 byla podprůměrná, a to z důvodu odstavení TA č.1 do 21.února pro nedostatek zakázek. Podařilo se úspěšně zvládnout výrobu láhví v superčiré sklovině. Opakovaná výroba 3,2 mil.ks láhví Toma 0,3 pro nápojovou nadnárodní firmu PEPSI COLA. Do plánu investic a oprav byla zařazena střední oprava TA č. 3 a přebudování bývalého kulturního domu na sklad. Vzhledem k možnosti nákupu nových tvarovacích strojů s dotací 50% budou provedeny opravy strojů pouze v nejnutnějším rozsahu.

Záměry do budoucnosti

Výroba obalového skla na dvou tavících agregátech a čtyřech tvarovacích jednokapkových strojích. Tato technologie umožní vyrábět malé a střední série tvarových lahví, kosmetických flakónů, laboratorních láhví a operativně měnit sortiment a barvu skloviny. Využití odpadového tepla z tavících agregátů pro vytápění objektů. Výroba velkoobjemového obalového skla na samostatné výrobní lince s poloautomatickou výrobou.

3.9. Výroba

Společnost produkuje výrobky z bílého, hnědého, černého, olivového a modrého skla na dvou tavících agregátech, jeden o výkonu 31 tun/24 hod a dva tvarovací stroje AL 106.3 a AL 106.4, druhý tavící agregát 15t/24hod a jedním tvarovacím strojem.

Průměrná výtěžnost za rok 2009 činila 81,03%.

3.10. Prodej

V roce 2009 měla akciová společnost tržby z prodeje skla ve výši 209.468 tis. Kč. Největším tržním segmentem zůstává nadále prodej obalového skla 89 %, dále pak laboratorního skla s 10 %, osvětlovací sklo 1 %. Podíl exportu činil 67,3 % .

3.11. Pracovně právní vztahy

Průměrný evidenční počet zaměstnanců přepočtený za období 1-12/2009 - 150 osob

Průměrný evidenční počet zaměstnanců fyzické osoby za 1-12/2009 - 152 osob

Mzdové náklady bez OON za rok (tj. vypl. zaměst. v evidenč. počtu) - 38.365 tis. Kč

OON (tj. odměny z dohod o pracích konaných mimo PP a odstupné) - 1.385 tis. Kč

Pojistné na zdravotní a sociální pojištění zaplacené organizací za rok 2009 - 13.092 tis. Kč

Průměrná měsíční mzda na jednoho zaměstnance za období 1-12/2009 činila 21.314,- Kč

Ke dni 31. 12. 2009 bylo ve společnosti zaměstnáno (fyzické osoby) 149 osob.

Z toho v pracovním poměru na dobu neurčitou 133 osob.

Z toho v pracovním poměru na dobu určitou 16 osob.

Počet osob pracujících na dohody mimo PP za rok 2009 44 osob.

Z částky OON činí odměny z dohod 1.116 tis. Kč, a na základě dohod o pracích mimo pracovní poměr bylo odpracováno za rok 2009 celkem 12.012 hodin.

4. ANALÝZA A VYHODNOCENÍ VÝSLEDKU

V této části diplomové práce se budu zabývat problematikou CSR v praxi. Tedy konkrétní situaci ve Sklárnách Moravia. Koncept CSR vlastně představuje něco, co společnosti dělají nad rámec zákona. Proto se nejdříve budu zabývat tím, jestli vůbec sklárny splňují legislativní požadavky. Vzhledem k výrobní povaze společnosti budu obzvlášť zkoumat dodržování pravidel a limitů ve smyslu dopadu na životní prostředí. Potřebné informace budu čerpat z kontrol prováděných odborem životního prostředí. V sociální oblasti

budu zkoumat, zda společnost dodržuje zákony týkajících se pracovněprávních vztahů. U průzkumu legislativního plnění v ekonomické oblasti budu vycházet především z kontrol prováděných finančním úřadem.

Nejdůležitější částí však bude zkoumání nepovinné aktivity skláren. Pro získání potřebných informací jsem zvolila metodu kvalitativního výzkumu. Na základě formálního, polostrukturovaného rozhovoru s ředitelem a akcionářem skláren, ing. Ladislavem Bartoněm, budu analyzovat, do jaké míry se vedení společnosti pokouší o společenskou odpovědnost. Otázky k rozhovoru jsou koncipovány do tří oblastí představující základní pilíře společenské odpovědnosti – ekonomická oblast, sociální oblast a životní prostředí. Pro konečné splnění cíle provedu dílčí a kompletní zhodnocení společenské odpovědnosti ve sklárnách, popř. navrhnou kroky vedoucí ke zlepšení.

4.1. Legislativní plnění

4.1.1. Životní prostředí

Zhodnocení situace dle BAT ve Sklárnách Moravia

Krajský úřad Jihomoravského kraje, odbor životního prostředí vydal v roce 2007 integrované povolení dle zákona o integrované prevenci k provozu zařízení sklářských tavících agregátů. Ve zprávě z kontroly je zhodnocena situace dle BAT (Best Available Techniques), kterou jsem vysvětlovala v teoretické části.

Použití nízkoodpadové technologie

Zařízení je navrženo v souladu se standardy pro nízkoodpadovou technologii. Akciová společnost SKLÁRNY MORAVIA v zařízení používá pro výrobu skla zařízení s nízkou produkcí odpadu a používaná výrobní zařízení jsou na úrovni nezbytné pro dobrou kvalitu výrobků. Příprava vstupních surovin má předepsané parametry a jejich dávkování do procesu je prováděno automaticky, což vylučuje předávkování a nevhodné nakládání se surovinami.

Hodnocení: **Hledisko je plněno.**

Použití látek méně nebezpečných

Nebezpečné látky dle zákona č. 356/2003 Sb. a závadné látky dle zákona č. 254/2001 Sb., v platném znění, jsou používány v míře nezbytně nutné z užitného i ekonomického hlediska. Vzhledem k charakteru produktů nelze předpokládat zásadní změnu vstupních surovin, resp. pomocných látek a jejich nebezpečných vlastností. Provozovatel je povinen dodržovat zásady pro bezpečné nakládání s nebezpečnými chemickými a závadnými látkami ve smyslu zmíněných zákonů, aby se zamezilo znečištění půdy, podzemních a povrchových vod.

Hodnocení: **Hledisko je plněno.**

Podpora zhodnocování a recyklace látek

Závazné podmínky povolení.

Hodnocení: **Hledisko je plněno.**

Srovnatelné procesy

Obdobná technologie výroby skleněných výrobků (obalů) se uplatňuje v zemích EU (Itálie, SRN, Francie, Polsko, Maďarsko), v Jižní Americe a v Asii (Čína).

Technický pokrok

TA1 a TA3 jsou pravidelně podrobovány generálním opravám, při kterých provozovatel realizuje technická opatření tak, aby zařízení plnila hlediska technického pokroku a odpovídala BAT.

Zařízení ale není doposud vybaveno koncovými technikami ke snižování emisí ZL do ovzduší. V roce 2008 provozovatel plánuje GO TA1 a v roce 2009 GO TA3. Navrhujeme, aby provozovatel navrhl opatření ke snížení emisí TZL a NO₂ z TA1 a TA3 na emisní úroveň BAT a opatření odsouhlasené krajským úřadem realizoval nejpozději do konce roku 2009.

Hodnocení: **Hledisko je plněno** při splnění závazných podmínek.

Charakter, účinky a množství emisí

a) Emise do ovzduší

Zařízení není doposud vybaveno koncovými technikami ke snižování emisí ZL do ovzduší. **Hledisko bude splněno** při splnění závazných podmínek.

b) Emise do vody

Závazné podmínky povolení – emise do vod

Hledisko je plněno.

c) Emise hluku, vibrací a neionizujícího záření

V roce 2003 byla postavena protihluková stěna, která dle „Posouzení stávající hlukové situace vytvářené provozem zařízení Skláren MORAVIA, akciová společnost, ve venkovním a vnitřním prostoru přilehlých obytných domů po vybudování protihlukové stěny“ z prosince 2003 splnila svůj účel, tj. zajistila snížení hladin akustického tlaku o předepsanou hodnotu a zajistila dodržení normativních hladin akustického tlaku ve vnitřních prostorách dotčených bytů a ve venkovním prostoru, který lze v dané lokalitě využívat pro pobyt a odpočinek obyvatel.

Hledisko bude splněno při splnění závazných podmínek.

Spotřeba a druh surovin používaných v technologickém procesu a jejich energetická účinnost

Provozovatel eviduje a vyhodnocuje spotřebu paliv, energie, vody, surovin a dalších materiálů za účelem dosažení jejich optimální spotřeby.

Spotřeba surovin je sledována a vyhodnocována, měřidla jsou pravidelně kontrolována. Spotřeba energií je průběžně zjišťována a vyhodnocována měsíčně. Využitelný odpad je recyklován ve výrobě nebo předáván oprávněné osobě.

Hledisko je plněno

Požadavek prevence nebo omezení celkových dopadů emisí na životní prostředí a rizik s nimi spojených na minimum

V technologickém procesu se používají techniky, které jsou šetrnější k životnímu prostředí:

- DČOV k předčištění technologických OV a BČOV k čištění splaškových a předčištěných technologických OV,
- chladicí vody jsou recyklovány ve vlastních uzavřených okruzích (viz kap. 6 vyjádření) – snížení emisí ZL do vod, snížení spotřeby vody.

V technologickém procesu nejsou používány techniky ke snižování emisí ZL do ovzduší ze sklářských tavicích agregátů.

Hledisko BAT bude splněno při splnění závazných podmínek

Požadavek prevence havárií a minimalizace jejich následků pro životní prostředí

Provozovatel zařízení tento požadavek plní pravidelnou revizní činností na zařízeních, prováděním oprav podle schválených plánů a pravidelnou údržbou. Postup při jednotlivých činnostech je specifikován v interních předpisech společnosti.

Součástí žádosti nebyl protokol o nezařazení zařízení do skupiny A nebo B dle § 4 odst. 3 zákona č. 59/2006 Sb. Provozovatel doloží k ústnímu jednání o žádosti.

Provozovatel má zpracovaný plán opatření pro případ havarijního úniku látek závadných vodám.

Akciová společnost SKLÁRNY MORAVIA nemá zaveden systém environmentálního řízení dle ČSN ISO 14001 : 2005. Systém managementu jakosti je zaveden podle požadavků ISO 9001:2000 a obsahuje některé prvky ochrany ŽP. Recertifikace systému managementu jakosti proběhla v listopadu 2006.

Hledisko je plněno.

Dalším analyzovaným dokumentem byl Protokol z kontroly provedené v roce 2006 oddělením ochrany ovzduší. Předmětem kontroly byl stav zařízení z hlediska zákona č. 876/2002 Sb., o ovzduší, ve znění pozdějších předpisů. Jednalo se konkrétně o dva sklářské agregáty. Kontrolou nebylo zjištěno porušení platné legislativy týkající se ochrany ovzduší.

Na konci roku 2010 byla provedena další kontrola odborem životního prostředí na úseku odpadového hospodářství. Při kontrole bylo zjištěno, že nakládání s odpady je prováděno v souladu se zákonem.

Vyhodnocení:

Na základě zjištěných informací sklárny Moravia plní většinu legislativních norem týkající se dopadu na životní prostředí. Oblast, kterou musí sklárny Moravia zlepšit, se týká znečišťování ovzduší. Tavicí agregáty stále nejsou vybaveny koncovými technikami ke snižování emisí znečišťujících látek do ovzduší. Ze zprávy „Nejdůležitější opravy a investice rok 2011-2015“ plyne, že vlivem snížení limitů pro vypouštění TZL v emisích pro obě sklářské pece je povoleno vypouštění vyšších emisí do roku 2013 u sklářské pece č. 1 a do roku 2014 u sklářské pece č. 3. Po tomto období by měly být emise sníženy dle nařízení.

Snížení těchto emisí lze dosáhnout instalováním zachytých filtrů před vyústěním do komína. Společnost se stále rozhoduje mezi variantou instalace plátěných filtrů nebo instalace tzv. elektrofiltrů.

Další problémovou oblastí skláren je emise hluku, vibrací a neionizujícího záření. Sklářny tento problém vyřešily stavbou protihlukové stěny, čímž se jim podařilo splnit legislativní normy.

Dle hlediska BAT sklárny plní většinu z požadavků – tedy používají nejvhodnější techniku navrženou k předcházení, popř. omezování emisí a jejich dopadů na životní prostředí. Z osmi zkoumaných hledisek jich bylo pět plněno úplně a jedno částečně.

4.1.2. Sociální oblast

Z mého pohledu je sociální oblast nejdůležitější část v konceptu CSR. To jakým způsobem se společnost chová ke svým zaměstnancům, hodně vypovídá o jeho ostatní činnosti. V této fázi bych opět pouze ukázala formálnější stránku aktivit, které sklárny podnikají v rámci sociální oblasti.

Legislativní plnění v oblasti sociální jsem čerpala ze dvou pramenů. Tím prvním byla zpráva z kontroly ochrany bezpečnosti a ochrany zdraví při práci provedené 23. 4. 2010 odborových svazem zaměstnanců sklářského, keramického, bižuterního průmyslu a porcelánu. Kontrola byla zaměřena na tyto oblasti: Plnění opatření z roční prověrky BOZP v roce 2009, plnění opatření z poslední kontroly SIBP, plnění povinností zaměstnavatele v souvislosti s pracovními úrazy a nemocemi z povolání, plnění povinností zaměstnavatele v souvislosti se zabezpečením poskytování první pomoci, fyzickou kontrolu pracovišť se zaměřením zejména na zdroje a příčiny pracovních úrazů. Při kontrole bylo zjištěno několik závad. Byly to převážně maličkosti jako: „v lékárně byl peroxid vodíku s prošlou lhůtou spotřeby. Vnější komunikace, po kterých se převáží palety s výrobky, jsou na některých místech poškozeny- prohlubně, nerovnosti“. Ostatní zjištěné závady jsou spojeny s faktem, že sklárny mají problém se zajištěním lékaře závodní preventivní péče. Na základě tohoto zjištění Odborový svaz zaslal dopis Ministerstvu práce a sociálních věcí jako podnět k případné změně právní úpravy. Předmětem dopisu bylo poukázání na skutečnost, že zákoník

práce ukládá zaměstnavateli povinnost zajistit závodní preventivní péči, ale platná právní úprava nevytváří podmínky pro to, aby zaměstnavatel mohl tuto povinnosti splnit v případě, kdy je v dané lokalitě lékařů nedostatek, resp. žádný z lékařů v dané lokalitě nemá zájem se zaměstnavatelem smlouvu o zajištění závodní preventivní péče uzavřít. Dalším problémem je, že v řadě případů, i když zdravotnické zařízení smlouvu uzavře, není ochotno ji uzavřít v rozsahu, aby pokrývala celý rozsah zákonných povinností, který pro zaměstnavatele ze zákoníku práce vyplývá [17].

Orgány, které mohou zkoumat legislativní plnění v sociální oblasti, jsou Státní úřad inspekce práce, Úřad práce popř. Celní úřad.

Orgány inspekce práce vykonávají kontrolní činnost na základě plánu kontrolní činnosti, nebo na základě podnětů ke kontrole. Z dokumentu Roční souhrnná zpráva o výsledcích kontrolních akcí provedených inspekcí práce za rok 2010 vyplývá, že počet podnětů na kontrolu zaměstnavatelů z důvodu porušování pracovněprávních předpisů, které ročně obdrží orgány inspekce práce, dlouhodobě neklesá. Jen malou část tvoří podněty upozorňující na porušování právních předpisů v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci a vyhrazených technických zařízení. V roce 2008 orgány inspekce obdržely 5.236 podnětů ke kontrole. V roce 2009 narostlo toto číslo na 5.485 a v roce 2010 na 5.543. Tato čísla svědčí o tom, že zaměstnavatelé často porušují pracovněprávní předpisy. Orgány inspekce práce proto dlouhodobě věnují mimořádnou pozornost šetření podnětů, s cílem zabývat se všemi podněty, které orgány inspekce práci obdrží [18].

Vzhledem k faktu, že ve sklárnách žádná taková kontrola neproběhla, je zřejmé, že nebyl nikým vydán podnět pramenící z případných nedostatků v pracovněprávních vztazích.

Vyhodnocení:

Na základě kontroly Odborového svazu a zjištěných nedostatků sklárny dle předpisů provedly kroky vedoucí k jejich odstranění. Tato skutečnost svědčí o legislativním plnění daných právních předpisů. Ve sklárnách také nikdy neproběhla kontrola na základě podnětu. Tento podnět nejčastěji podávají osoby přímo pracující ve firmě, odbory, popř. jiné orgány. Přestože jde o poměrně subjektivní hodnocení, konstatuji, že sklárny plní veškeré právní normy týkající se pracovněprávních vztahů. V tomto stanovisku mě utvrzuje fakt, že ve

sklárnách funguje odborový svaz zaměstnanců, který dle sepsané kolektivní smlouvy kontroluje veškeré plnění týkající se pracovněprávních vztahů. V kolektivní smlouvě jsou upraveny následující oblasti: Spolupráce smluvních stran, pracovněprávní nároky, mzdové nároky, péče o zaměstnance, bezpečnost a ochrana zdraví při práci. Tato kolektivní smlouva se každoročně aktualizuje.

4.1.3. Ekonomická oblast

Informace o legislativním plnění v ekonomické oblasti budu opět čerpat ze sekundárních dat, z kontroly finančního úřadu. Poslední kontrola proběhla v měsíci březnu 2011, ale společnost zatím neobdržela zprávu z kontroly. Proto informace budu čerpat z nejnovější zprávy o kontrole. Kontrola byla prováděna finančním úřadem v Boskovicích v roce 2005. Byla prováděna daňová kontrola daně z příjmu právnických osob provedené podle zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmu, ve znění pozdějších předpisů a §§ 1 a 16 zákona č. 337/1992 Sb., o správě daní a poplatků ve znění pozdějších předpisů, za období 2001-2003. Kontrola byla zaměřena na: a) kontrola věcné a formální správnosti priznání, výpočtu daně, správnost stanovení základu daně, položek zvyšujících a snižujících hospodářský výsledek a odčitatelných položek; b) správnost účtování nákladů a výnosů, časového rozlišení, odpisů HIM a NIM, respektování věcné a časové souvislosti, správnost účtování ostatních nákladů [19].

Zdaňovací období rok 2003:

Kontrolou byl zjištěn špatný výpočet základu daně. Správce daně zvýšil základ daně o částku 44.720 Kč. Nedostatek byl způsoben špatným zařazením výdajů a nesprávným výpočtem odpisu – daňový subjekt neprokázal, že se jedná o výdaj (náklad) na dosažení, zajištění a udržení zdanitelných příjmů ve smyslu § 24 zákona č. 586/1992 Sb., s odvoláním na § 23 odst. 1,3 zákona č. 586/1992 Sb., zvýšil správce daně o rozdílnou částku 44.720 Kč základ daně [19].

Vyhodnocení:

Na základě finanční kontroly společnost provedla kroky k odstranění těchto nedostatků, tedy doplacení daně a opravy v interním účetnictví tak, aby další vedení bylo

v souladu se zákonem. Přestože se ukázaly nedostatky v ekonomické oblasti, po upozornění byly neprodleně odstraněny. Plnění legislativní stránky v ekonomické oblasti proto vnímám jako ne bez chyby. Vedení společnosti by této stránce mělo věnovat větší pozornost, aby se podobné případy v budoucnosti neopakovaly.

4.2. Rozhovor

Polostrukturovaný rozhovor jsem zvolila kvůli jasnějšímu, podrobnějšímu vyjádření dané problematiky. Občas bylo nutné vstoupit dalšími otázkami do jednotlivých odpovědí respondenta pro získání kvalitnějších a jasnějších informací. Rozhovor byl prováděn v sídle společnosti a byl na něj vyčleněn čas dvou hodin, který se mi podařilo dodržet. Snažila jsem se získat ucelené a hodnotné informace, proto byl rozhovor veden jako formální. Jak jsem již uvedla, otázky jsou rozděleny do tří okruhů dle základních pilířů společenské odpovědnosti. Pro přehlednost získaných informací (odpovědí) jsem zvolila takovou strukturu, kde uvádím ihned za položenou otázku získanou odpověď. Při tvorbě otázek jsem se nechala inspirovat dotazníkem převzatým od Evropské komise [20].

Ekonomická oblast:

- *Máte ve firmě definované firemní hodnoty?*

„Morální hodnoty a pravidla chování stanoveny nikde nemáme, spoléháme na to, že morální hodnoty má každý člověk své. Máme ve firmě stanovenou politiku jakosti a vize, cíle a strategie, kam společnost směřuje - co budeme vyrábět, pro jaký segment atd.“

- *Jsou s těmito hodnotami seznámeni zaměstnanci? ... Jak?*

„Jsou seznámeni s politikou jakosti, vizemi a cíli do budoucna. Tyto záležitosti řešíme nejčastěji přes odbory“.

- *Informujete o nich své obchodní partnery, zákazníky, veřejnost? ... Jak?*

„Informujeme o nich prostřednictvím našich webových stránek“.

- *Dbáte na poctivost všech smluv, jednání, propagace? (např. pravdivost a úplnost podávaných informací)*

„Ano, všechny informace a údaje jsou pravdivé a úplné“.

- *Dbáte na včasnost placení dodavatelských faktur?*

„Ano, nemáme žádné závazky po splatnosti. Naproti tomu máme pohledávky po splatnosti ve výši 12 mil. Kč.“

- *Podáváte jasné a úplné informace o výrobcích a službách, které nabízíte?*

„Ano, informace o zboží uvádíme v produktovém katalogu. Při sjednávání zakázky se upřesňují parametry zboží a upřesňují se podmínky obchodu.“

- *Zkoumáte následnou míru spokojenosti zákazníka?*

„Spokojenost zákazníka zkoumá obchodní oddělení např. dotazníkovou formou. Společnost se zaměřuje na kvalitu zboží, a s tím tedy i na spokojenost zákazníka. Je to také jedna z podmínek udělení normy ISO 9001“.

- *Jak řešíte případné reklamace? (z časového a kvalitativního hlediska, kompenzace, registr reklamaci...).*

„Ano, řešíme reklamace, jsou projednávány vždy na poradách vedení. Pokud je reklamační uznaná, řeší se dobropisem nebo náhradním plněním. Záleží na dohodě se zákazníkem, která varianta se použije. Jsou společnosti, které nechtějí náhradní plnění, v tom případě je jedinou možností dobropis. Nejdříve však nabízíme náhradní plnění. Pokud využijeme variantu náhradního plnění, tak dáváme více zboží, než je hodnota reklamace. Tím se snažíme tuto

variantu upřednostnit před dobropisem. Vedeme elektronickou databázi uznaných i neuznaných reklamací. Každý rok se vyhodnocuje a srovnává se s minulými léty".

- *Podáváte pravdivé a úplné informace akcionářům? Veřejnosti?*

„Vždy podáváme pravdivé informace. Sám jsem akcionářem a všem ostatním akcionářům podáváme úplné informace. Co se týká veřejnosti, pokud je například setkání se starostou obce, tak při neformální konverzaci rozebíráme naše úspěchy i problémy. "

- *Spolupracujete raději s firmami společensky odpovědnými? (Z čeho čerpáte takové informace?).*

„Bohužel neexistuje žádná databáze společensky odpovědných firem. Při rozhodování o spolupráci si např. zjišťujeme, zda se jedná o firmu s dobrou platební morálkou, např. zda platí včas, jestli firma není v úpadku. Bohužel ne vždy jsou tyto informace zjištěny správně a často na to naše společnost doplatí, např. následná nesolventnost firmy. Samozřejmě raději spolupracujeme se seriózními firmami, které mají dobrou platební morálku, nejsou v konkurzu, vykazují zisk atd."

- *Do jaké míry u vás hraje roli společenská odpovědnost firmy při výběru stálého dodavatele? Vybrali byste si raději za dodavatele společensky nezodpovědnou firmu, kdyby byla levnější než firmu společensky odpovědnou, která by byla dražší?*

„Kdyby byla dodavatelská firma podezřele levná, tak to pro nás svědčí o tom, že nemusí být seriózní. Dáváme tedy i přednost firmě dražší, která je seriózní. Máme přehled o cenách, a jestliže nás osloví firma, která má mimořádně nízkou cenu, tak je to pro nás podezřelé. V tomto případě si raději připlatíme, abychom odebírali kvalitní zboží a služby. Nehodnotíme pouze cenu. V současnosti provádíme výběrové řízení tzv. elektronickou aukcí, která se nám velice osvědčila. Řešíme tak výběr dodavatele např. surovin, strojů i energií. Nevybíráme vždy toho nejlevnějšího, ale dále zjišťujeme právě několikrát zmiňovanou serióznost firmy a její reference. Na základě těchto informací se rozhodneme, jakou firmu vybereme“.

- *Seřaďte kritéria rozhodující o budoucí spolupráci s obchodním partnerem dle důležitosti (od nejdůležitějšího po nejméně důležité) : Dobrá pověst firmy, Nejnížší ceny, Nejvyšší kvalita, Záruka dlouhodobé spolupráce, Dobré zkušenosti z minulosti, Kladné reference.*

" Před zavedením elektronické aukce bych na první místo dal dobré zkušenosti z minulosti. Po zavedení elektronické aukce jsme zjistili, že i když máme s firmou dobré zkušenosti z minulosti, tak můžeme díky aukcím najít dodavatele např. o 30% levnějšího a navíc s velmi dobrými referencemi. Nyní bych na první místa dal kladné reference, nejnížší ceny a nejvyšší kvalitu. Dále pak dobrou pověst firmy, dobré zkušenosti z minulosti a jako poslední záruku dlouhodobé spolupráce“.

Sociální oblast:

- *Víte o nějaké formě diskriminace, která vznikla na pracovišti?*

„Měli jsme tu případ šikany na pracovišti, kterou jsem osobně řešil“.

- *Co děláte, abyste ji předcházeli? (popř. odstranili)*

„Na pracovišti panovalo nepřátelské pomlouvačné chování vůči nejmenované pracovníci. O této skutečnosti mě informovala přímo ona. Já jsem se následně informoval u ostatních zaměstnanců na směně. Po osobní konzultaci s dotyčnou jsem to řešil převedením na jinou směnu. Po tomto zásahu byla spokojenost na všech stranách“.

- *Má podnik správná opatření pro zajištění zdraví, bezpečnosti a sociální péče?*

„Na základě kontrol BOZP se vždy drobné nedostatky najdou. Tyto nedostatky se snažíme vždy neprodleně odstranit.“

- *Radíte se se zaměstnanci o důležitých záležitostech, které by se jich mohly dotýkat?*

„Naše společnost má odbory, které zastupují zaměstnance. Vždy se osobně účastním odborových schůzí a probíráme situaci naší společnosti – co je nutné dělat, vyjednává se kolektivní smlouva, která se každoročně aktualizuje, a která je velice rozsáhlá. Dle mého názoru jsou odbory výhodou. Hodně však záleží, zda jsou obě strany ochotny se spolu domluvit. My máme s našimi odbory dobrý vztah a vždy se dokážeme domluvit. Ojedinele také svolávám všechny zaměstnance na schůzi do naší závodní jídelny na projednání mimořádné záležitosti. Naposledy jsem takto svolal schůzi, když naše společnost obdržela velmi důležitou zakázku na výrobu lahve Pepsi Cola, kde bylo nutné se stoprocentně zaměřit na kvalitu. Obeznámil jsem tak naše zaměstnance s tím, jak je důležité se na tuto zakázku zaměřit a nepodcenit ji. Tato zakázka dopadla velmi dobře a láhev byla oceněna jako nejlepší obal roku 2010“.

- *Dotkla se vaší společnosti ekonomická krize? Jaký dopad to mělo na zaměstnance?*

„Ekonomická krize se nás dotkla jako většiny podniků. Tato situace byla několikrát projednávána na odborových schůzích, kde jsem musel našim zaměstnancům vysvětlit, že se budeme muset uskromnit. Je však třeba jít příkladem a sebrat si ještě více než nižším pracovníkům. To jsem také udělal. Všechny prémie manažerů byly zrušeny včetně ředitelských.“

- *Co děláte pro rozvoj zaměstnanců?*

„Obdrželi jsme dotaci na program vzdělávání zaměstnanců, který již běží a bude trvat 3 roky. Kromě toho jsou dle potřeby zajišťovány kurzy např. pro mzdové účetní, jazykové kurzy, školení Incoterms. Pro nižší dělníky např. zajišťujeme kurzy sváření, elektrikářské zkoušky, opakované proškolení řidičů, atd.“

- *Zkoumáte nějakých způsobem spokojenost zaměstnanců? (Jak?)*

„Zkoumáme je nejčastěji přes zmiňované odboráře. Pokud jsou zaměstnanci s něčím nespokojeni, vyjádří se prostřednictvím odborů. Tyto záležitosti se poté řeší na odborových schůzích, které se konají zhruba jednou za měsíc. Osobně si myslím, že patřím k manažerům, kteří jsou v těchto věcech naslouchaví. Kterýkoliv zaměstnanec za mnou může přijít

s problémem, který se snažíme poté společně vyřešit. Přesto, že je to mnohdy časově vyčerpávající, snažím se, aby zaměstnanci ve sklárnách byli spokojeni.

- *Jaké zaměstnanecké výhody poskytujete?*

„Zaměstnanecké výhody jsou definovány v kolektivní smlouvě. Jedná se např. dovolenou na zotavenou, kdy prodlužujeme základní výměru stanovenou zákonem o jeden týden. Ve společnosti uplatňujeme výkonnostní odměny, mimořádné odměny, motivační složky mzdy, příplatky. Motivační složky mzdy jsou propláceny na základě hodnocení přímého nadřízeného. Dále vyplácíme speciální odměny při životních a pracovních výročích a věrnostní odměny. Zajišťujeme závodní stravování, a k tomu poskytujeme stravenky ve výši 55 Kč. Z této částky 33 Kč platí zaměstnavatel. Dále poskytujeme vzdělávání a rekvalifikace zaměstnanců, které do 100 % hradí zaměstnavatel. Ročně hradíme částku 120.000 Kč na rehabilitační pobyty pro pracovníky nepřetržitého provozu a pracovníky brusírny. V neposlední řadě například poskytujeme formou nepeněžních poukázek k odběru nealkoholické nápoje závodní kantýně.“

- *Dochází na pracovišti k práci přesčas? Jak ji odměňujete?*

„V podniku dochází k práci přesčas. Příplatek za práci přesčas poskytujeme ve výši 40% průměrného výdělku“.

- *Podíleli jste se na nějakém projektu, který byl přínosem pro obec?*

„Obci jsme poskytovali prostor pro kulturní akce. Sklárný vlastní kulturní dům, kde obec několikrát ročně pořádala různé plesy atd. Za toto zapůjčení jsme nepožadovali žádný nájem- obec pouze platila spotřebovanou energii. Díky dotaci z EU byla postavena asfaltovaná cesta, která zkracuje cestu do okresního a krajského města asi o 10 - 15 min. Pro postavení této cesty jsme souhlasili se zábořem některých našich pozemků, přes které silnice vede“.

- *Pokud máte na výběr, preferujete při zaměstnávání lidi z obce (okolí)?*

„Ano preferujeme, většina zaměstnanců jsou přímo z obce Úsobrna, popř. z blízkého okolí“.

- *Snažíte se nakupovat ve svém okolí?*

„Nelze, protože sklárna odebírá speciální suroviny nebo energie, které žádná firma v okolí nenabízí. Nakupujeme v okolí pouze okrajové položky jako například některé potraviny do kantýny“.

- *Zajímáte se o kulturní stránku obce?*

„Ano zajímám. Mám často jednání přímo se starostou, kdy se na toto téma bavíme“.

- *Pořádají sklárny nějaké volnočasové aktivity pro občany?*

„Například pořádáme kulturní akce pro občany v důchodu, kteří jsou občané Úsobrna a jsou našimi bývalými zaměstnanci. Tuto akci pořádáme tradičně jednou ročně. Tuto akci pořádají odborové svazy a sklárny na tuto akci přispívají peněžní částkou. Těchto sešlosti se pravidelně zúčastňují“.

- *Čím jste podle vás nejvíce prospěl lepšímu životu v obci?*

„Sklárny vlastní v obci rybník, který jsme volně zpřístupnili i občanům, a který v létě slouží částečně jako rekreační oblast pro místní obyvatele. Navíc zmiňovaný rybník pronajímáme rybářskému svazu, který tam vysadil ryby, a lidé z okolí tedy mohou na tomto rybníku také rybařit. Asi nejdůležitějším prospěchem pro obec plyne ze skutečnosti, že v širokém okolí nejsou téměř žádné pracovní příležitosti. V jihomoravském kraji má mikroregion Malá Haná (kde se nacházíme) nejvyšší míru nezaměstnanosti. Naše sklárny jsou největším zaměstnavatelem v tomto regionu, a proto si trůfám tvrdit, že občanům nejvíce přispíváme možností pracovního uplatnění“.

- *Máte pro takovou činnost speciálně vytvořenou položku v rozpočtu organizace?*

„Takovou speciální položku v rozpočtu stanovenou nemáme“.

- *Komunikujete s obcí o negativech nebo citlivých věcech, které se týkají vašeho podniku?*

„Přímo se starostou konzultuji věci týkající se dopadů na životní prostředí. Aktuálním tématem je pro nás hluk a emise“.

Životní prostředí:

- *Snažíte se snižovat negativní vliv na životní prostředí?*

„Ano, určitě se snažíme minimalizovat negativní vliv na životní prostředí“.

- *Jakým způsobem?*

„Jako společnost výrobní povahy máme nejvíce problémy plnit zákonné normy hluku a emisí. Co se týče hluku, pro den je stanovena norma na 50decibel pro noc je to 40decibel. Pro snížení hluku jsme nechali postavit protihlukovou bariéru, která stála přes půl milionu korun. Denní limit se nám daří plnit, ale stále máme problém s plněním norem nočního hluku. Bohužel vzhledem k výrobní povaze našeho podniku není tento problém řešitelný, proto máme odborem životního prostředí udělenou výjimku. Kromě protihlukové zdi jsme nechali na naše náklady vyměnit u přilehlé bytovky okna za plastová. Dalším problémem je znečišťování tuhými znečišťujícími látkami. Vzhledem ke zpřísnění zákonných norem v současnosti tyto limity neplníme. Necháváme si zpracovat studie na snížení těchto znečišťujících látek. Prozatím je i na tuto problematiku odborem životního prostředí udělena výjimka“.

- *Z jakého důvodu? Seřad'te odpovědi od nejdůležitějšího z aspektů po ten nejméně důležitý: ušetření finančních prostředků do budoucna, pro dobré jméno společnosti, legislativní důvody (splnění normy), šetrnost k okolí.*

„1. Šetrnost k okolí. 2. Legislativní důvody. 3. Pro dobré jméno společnosti. 4. Ušetření finančních prostředků do budoucna“.

- *Poskytujete všem stakeholderům jasné ekologické informace?*

„Všem poskytujeme plné a pravdivé informace“.

- *Řešíte stížnosti týkající se životního prostředí? Jak?*

„Ano řešíme. Například hluk jsme řešili výměnou starých oken za plastové a výstavbou protihlukové zdi. Navíc jsme zjistili, že hluk jde převážně z hořákového systému, který hodláme v nejbližší době vyměnit“.

- *Řešíte nebo řešili jste konkrétní projekt v souvislosti s dopadem na životní prostředí?*

„Jak již jsem uvedl, zatím konkrétní projekty se týkaly snižování hluku. Výstavbou protihlukové zdi a výměnou oken v přilehlé bytovce za plastové.“

- *Kdybyste měli dostatek finančních prostředků, jaký projekt/projekty byste realizovali na ochranu životního prostředí?*

„Kdybychom měli opravdu velký dostatek finančních prostředků, tak bychom mohli zrealizovat projekt na snížení emisí pomocí instalace tzv. elektrofiltrů, jehož náklady se odhadují na 25- 28 milionů korun“.

- *Kdo ve vaší společnosti má na starost věci týkající se životního prostředí?*

„Spadá to do kompetencí výrobně-technického náměstka. Jeho podřízený je vedoucí výroby, který se převážně stará o otázky výroby, aby se výrobně-technický náměstek mohl více věnovat právě záležitostem týkající se životního prostředí“.

- *Dbá vaše společnost na čistotu v okolí vašeho podniku?*

„Na úklid jsme měli přímo najaté lidi, které jsme bohužel museli v rámci úspor kvůli krizi propustit. Nyní to mají na starost vrátní“.

4.3. Vyhodnocení výsledku

Životní prostředí:

Na základě prostudování dokumentů z kontrol odboru životního prostředí a informací poskytnutých v rozhovoru s ředitelem sklárny je zjevné, že nejvíce problematickou oblastí je ochrana životního prostředí.

Společnost má v současné době udělenou výjimku týkající se znečišťování TZL a hluku. Na druhou stranu sklárny se s tímto problémem snaží neustále bojovat. Na tento nedostatek je poukazováno i v plánu investic na roky 2011-2015. Sklárny mají zatím na výběr ze dvou variant řešení. Tou první je instalace plátěných filtrů, jejichž náklady se odhadují na 12-15 mil. Kč (u těchto filtrů jsou však vyšší provozní náklady). Druhou variantou je instalace tzv. elektrofiltrů, jejichž náklady se pohybují kolem 25-28 mil. Kč. Obě tyto varianty jsou v současné ekonomické krizi nákladově náročné. Proto se společnost snaží najít jiné, levnější ale přesto kvalitní cesty, jak dodržovat zákonné normy. Provádí tak na základě konzultací s odborníky v chemickém oboru.

Co se týče druhé problémové oblasti, což je emise hluku, má společnost také udělenou výjimku z orgánu ochrany životního prostředí. V této oblasti již sklárny provedly kroky k minimalizaci problému, avšak normy emise nočního hluku se jim stále nedaří plnit. Pro snížení hluku společnost nechala kolem firmy postavit protihlukovou bariéru, která hluk snížila, ovšem ne dostatečně. Společnost navíc nechala u přilehlé bytovky vyměnit dřevěná okna za plastová. Náklady na výměnu činily 354 tis. Kč a společnost ji hradila v plné výši. Problém hluku vznikl stížnostmi od obyvatel zmiňované bytovky. Tento bytový dům však byl původně postaven sklárnou jako ubytování pro zaměstnance továrny. Proto byl také postaven v těsné blízkosti sklárny. Tato bytovka byla však za komunistického režimu v roce 1963 bezúplatně převedena do vlastnictví obce. Obec následně prodala byty místním občanům,

kterí už nebyli zaměstnanci sklárny a z jejichž strany poté vznikly stížnosti na hluk. Po výměně oken za plastová již žádné stížnosti ze strany obyvatel nevznikly.

Komplexně hodnotím jako společensky odpovědné chování v oblasti životního prostředí za dostačující. Sklárny sice nedodržují některé z norem, ale problém si uvědomují a snaží se jej řešit. Vzhledem k jejich snaze o nápravu těchto nedostatků jim také odbor životního prostředí uděluje výjimky. Na základě plánu investic se sklárny konečně dostanou pod limit stanovený zákonem a nebudou již muset řešit tyto nedostatky prostřednictvím výjimek z orgánu ochrany životního prostředí.

Ekonomická oblast:

Chovat se společensky odpovědně znamená také poskytovat kvalitní zboží a služby. Vzhledem k faktu, že společnost je držitelem certifikátu ČSN EN ISO 9001:2008, která je soustředěná na politiku jakosti, musí také plnit povinnosti spojené s touto certifikací. Každoročně se sestavují plány „Cíle kvality“. V těchto plánech jsou stanoveny konkrétní cíle, charakteristika cíle, termín plnění a odpovědná osoba za plnění daného cíle. Společnost má sestavenou tuto politiku kvality:

- Zlepšováním technologie tavení a tvarování realizovat výrobu tvarově náročných lahví a skleněných obalů, které dříve byly vyráběny ručně nebo poloautomaticky, a tím rozšířit prodej v tomto tržním segmentu.
- Při monitorování a získávání dat pro posouzení kvality výrobků využívat moderních metod a zařízení.
- Systematickým výběrem, přípravou a motivací zaměstnanců zajišťovat vysokou úroveň kvality práce.
- Systematicky dbát na odbornou způsobilost zaměstnanců.
- Pravidelně vyhodnocovat požadavky zákazníků na inovaci a kvalitu výrobků a výsledky těchto vyhodnocení promítnout do přípravy výroby s cílem vyrábět a prodávat jakostní produkty a služby, které požadavky zákazníka v maximální míře uspokojí.

- Dodržováním technologické kázně a realizací plánovaných technických opatření přispívat ke snižování ekologické zátěže společnosti vůči životnímu prostředí.
- Aktivně spolupracovat se státními orgány, organizacemi a orgány samosprávy, jež působí v dosahu společnosti.
- Podílet se na sponzorování veřejně prospěšných aktivit v okruhu působnosti společnosti.

Plán pro rok 2010 obsahoval 14 hlavních cílů. Z těchto cílů se společnosti podařilo splnit 11 cílů úplně. Dva cíle splněny nebyly a jeden cíl byl splněn částečně. Tyto tři cíle se týkaly prvního bodu v politice kvality tedy „Zlepšováním technologie tavení a tvarování realizovat výrobu tvarově náročných lahví a skleněných obalů, které dříve byly vyráběny ručně nebo poloautomaticky, a tím rozšířit prodej v tomto tržním segmentu“. Všechny ostatní body v politice kvality se společnosti daří plnit prostřednictvím plnění stanovených konkrétních cílů kvality.

Kromě politiky kvality společnost vykazuje i další známky společensky odpovědného chování. Z rozhovoru s ředitelem a prostudováním účetních dokumentů jsem zjistila, že společnost skutečně dbá na včasnost placení dodavatelských faktur. Žádná faktura nebyla proplacena po datu splatnosti. Dalším plusem je řešení případných reklamací. Společnost vede registr reklamací, který je pravidelně vyhodnocován. Po prostudování této registrace jsem nenašla jedinou reklamaci, která by nebyla s klientem vyřešena – buď náhradním plněním, nebo dobropisem.

Za velké pozitivum pro firmu a zároveň společensky odpovědné chování považuji využívání elektronické aukce. Jak už uvedl ing. Bartoň v našem rozhovoru, společnost využívá elektronickou aukci k výběru dodavatelů. Nejen že společnost takto šetří své náklady, vybírá tak optimálního dodavatele na základě ceny i kvality, ale hlavně díky transparentnosti systému zabraňuje korupčnímu jednání. Elektronická aukce je založena na veřejném principu, kdy může kdokoliv vidět, jak se dané firmy při elektronické aukci předhánějí v podávání svých nabídek. Systém splňuje legislativní podmínky ČR a díky zmíněné transparentnosti účinně bojuje proti korupčnímu prostředí.

Na základě zjištěných informací hodnotím chování v ekonomické oblasti za společensky odpovědné. Firma dbá na dobré jméno společnosti tím, že se snaží obchodovat

se společnostmi sdílející podobné firemní hodnoty. Při zakázkách hodnotí vždy optimalizaci kvality a ceny. Dbá na kvalitu svých výrobků a poskytovaných služeb. Podporuje protikorupční jednání používáním elektronických aukcí.

Sociální oblast:

Jako první kladně hodnocenou věc musím uvést pozitivní vztah mezi vrcholovým managementem sklárny a řadovými zaměstnanci. Přesto že se jedná o ryze subjektivní hodnocení, vzhledem k analyzovanému tématu je nezanedbatelné. Strategickým záměrem CSR je nalézání účinnějších sociálních vazeb mezi zaměstnanci a managementem společnosti, stejně jako mezi zaměstnanci a občanskou veřejností, zástupci úřadů, regionů a států. Firma se tak citlivě a bez konfliktů stává součástí místa, ve kterém působí. Po několika návštěvách skláren jsem mohla pozorovat, v jakém převážně neformálním a pozitivním duchu byla vedena jakákoliv konverzace se zástupci managementu (převážně s ředitelem) a zaměstnanci. Toto pozitivní jednání se hodně odráží na motivaci zaměstnanců a hlavně na jejich chuti chodit do práce a kvalitněji pracovat. Jak již uvedl ing. Bartoň při našem rozhovoru, zaměstnanci k němu mohou přijít s jakýmkoliv problémem a on je vždy vyslechné a snaží se věc řešit. Tím, že je zaměstnancům dáván najevo zájem o zvýšení jejich spokojenosti z práce, rozvoj kariéry a osobní blaho, a že společnost oceňuje jejich individuální příspěvek podniku, to vše probouzí v zaměstnancích zájem o podnik, větší angažovanost a věrnost a tím i zvýšenou celkovou efektivitu podniku. Díky tomu, že zaměstnanci jsou srozuměni s podnikovou strategií a cíli, které se zaměřují především na kvalitu výrobků a mají zájem o prosperitu společnosti, tak často vidí problémy (a řešení) dříve než vedení společnosti.

Kromě pozitivního přístupu vedení k ostatním zaměstnancům je tu i několik dalších zjištěných skutečností, které bych chtěla vyzdvihnout a považuji je za konání společensky odpovědné. Jedná se především o vzdělávání zaměstnanců. Společnost se snaží vybírat zaměstnance z blízkého okolí i za cenu, že neplní veškeré podmínky pro danou pozici. V těchto případech tedy sklárna investuje do lidského kapitálu. Zaměstnanci uplatní nově nabyté znalosti a zkušenosti přímo ve sklárnách, a tím tedy firmu obohacují. Kromě toho se tím společnost podílí na zvyšování míry vzdělanosti občanů.

Jednou z nejdůležitějších předpokladů společensky odpovědného chování je správná komunikace. Zaměstnanci jsou seznámeni se strategií a cíli společnosti. Při důležitých zakázkách jsou zaměstnanci motivováni přímo ředitelem společnosti. Dle vyhodnocení poslední takto důležité zakázky, která byla provedena s velkým úspěchem, tvrdím, že motivace byla účinná. Častá komunikace probíhá také se zástupci státních orgánů. Ředitel často komunikuje se starostou obce o záležitostech týkající se jak společnosti, tak i obce.

K udržování pevných sociálních vazeb přispívá management také nejrozličnějšími benefity. Tyto veškeré zákonem stanovené i nad rámec zákona poskytované benefity jsou sjednány v kolektivní smlouvě. Výčet benefitů poskytovaných nad rámec pracovněprávních předpisů uvádím v rozhovoru s ředitelem skláren. Po prostudování kolektivní smlouvy jsem ho shledala úplným a pravdivým.

Společnost se také zajímá o kulturní stránku života v obci. Bezúplatné poskytování kulturního domu při pořádání plesů a podobných kulturních akcích. Sklární pravidelně přispívají místním organizacím finančními či nefinančními dary. Jedná se např. o Český rybářský svaz Jevíčko, Tělovýchovná jednota v Jaroměřicích, Nadační fond poutního místa Kalvárie v Jaroměřicích, obec Šubířov. Společnost také každoročně pořádá kulturní akce pro bývalé zaměstnance skláren, kteří jsou již v důchodu.

Míru společensky odpovědného chování ve sklárnách v oblasti sociální hodnotím jako velmi vysokou. Sklární se snaží, aby zaměstnanci byli spokojeni a odváděli kvalitní práci. Uvědomují si, že lidé jsou základním kamenem pro úspěšné podnikání. Samozřejmě CSR je oblast, kde se dá neustále něco zlepšovat. Proto v poslední části své diplomové práce uvádím návrhy k zefektivnění společenské odpovědnosti v jejich společnosti.

5. NÁVRHY A OPATŘENÍ

Dle zjištěných informací, prostudování dokumentů a rozhovoru s ředitelem skláren, shledávám míru společensky odpovědného chování v oblasti sociální jako vysokou. Firma se opravdu chová odpovědně ať už ke svým zaměstnancům, zákazníkům, či okolí. Společnost se nikde oficiálně neprezentuje jako společensky odpovědná společnost. Na

základě vyhodnocení analýzy doporučuji společnosti větší transparentnost týkající se společensky odpovědného chování v jejich podniku. Na svých webových stránkách mají záložku aktuality. V této záložce v současné době naleznete pouze informace o poskytnuté dotaci na vzdělávání zaměstnanců. Doporučuji rozšíření obsahu, které by návštěvníky těchto webových stránek (zákazníky, obchodní partnery, místní populace) informovalo o různých prospěšných činnostech, které sklárny činí nebo se podílí na jejich realizaci. Mohou zde být například uvedeny informace o filantropické činnosti - komu a pro jaký účel společnost poskytla finanční či nefinanční dar. Dále navrhuji uvést informace o možnosti exkurze skláren a kontaktní osobu. Místní obyvatelé se tak mohou dovědět o nejrozličnějších kulturních akcích, které společnost pořádá, popř. si mohou prohlédnout fotografie z těchto pořádaných akcí. Jedním z dopadů společensky odpovědného chování je přeci prosperita a dobrá image společnosti. Sklárny nejčastěji obchodují se zahraničními firmami. Jak již bylo řečeno v teoretické části, společenské odpovědnosti se v Česku ještě nevěnuje tolik pozornosti jako v zahraničí. Internet je nejčastěji využívaný komunikační, sdělovací prostředek, a proto by se na něm společnost měla prezentovat a poukazovat na své hodnoty ve společensky odpovědném chování. Lidé i firmy rádi spolupracují s někým, kdo sdílí stejné hodnoty. Touto formou transparentnosti mohou sklárny upoutat nové zákazníky, dodavatele, investory a obchodní partnery, kteří schvalují podobné principy.

Pro větší transparentnost činností doporučuji, aby společnost zpracovávala zprávy o CSR. Pro měřitelnost a vypovídající schopnost CSR by měl management stanovit měřitelné indikátory pro hodnocení dosažených cílů. Tyto indikátory by měly být využitelné pro všechny stakeholdery. V sociální oblasti například stanovit indikátory měřící: výši poskytnutých finančních či nefinančních darů, počet získaných ocenění společnosti, počet pořádaných kulturních akcí, anonymní dotazníkový průzkum spokojenosti zaměstnanců, počet hodin práce přesčas za určité období, počet handicapovaných zaměstnanců, počet aktivně zapojených zaměstnanců na rodičovské dovolené apod. V ekonomické oblasti může společnost měřit: Index spokojenosti zákazníků, počet věrných zákazníků, počet reklamací, počet uznaných reklamací, ohlasy na nový výrobek (dotazník) apod. V environmentální oblasti to mohou být indikátory na měření: množství emisí, spotřeba energie, množství nezužitkovaného odpadu, hluku, měření nákladů spojené se snižováním dopadů na životní prostředí. Dle těchto indikátorů by společnost měla pravidelně monitorovat a vyhodnocovat CSR aktivity. Na základě vyhodnocení stanovených indikátorů pravidelně (jednou ročně) sestavovat zprávu o CSR.

Nejen že by firma měla jasný přehled o míře splnění svých cílů v oblasti CSR, ale také by o nich informovala stakeholdery. Zprávu by mohla zahrnovat do výroční zprávy společnosti, popřípadě pro větší transparentnost ji také zveřejňovat na svých webových stránkách.

Z průzkumů vychází, že společnosti chovající se společensky odpovědně jsou mnohem atraktivnější pro okolí. Firma tak pracuje na svém dobrém jménu a zároveň může následně čerpat z výhod, které s sebou společensky odpovědné chování může přinést – například spokojenost svých zaměstnanců, dobré vztahy s okolím, budoucí snižování nákladů, příliv nových investorů, zvýšení počtu zakázek, větší ziskovost.

Ze tří základních pilířů CSR firma vykazuje největší problémy v oblasti životního prostředí. Proto společnosti navrhuji zavedení systému environmentálního managementu dle požadavků normy ISO 14001. Základním záměrem této normy je podpora ochrany životního prostředí a prevence znečišťování. Hlavním cílem této normy je dodržování legislativních požadavků týkající se dopadů na ŽP. Organizace si sama určuje, čím nejvíce zatěžuje ŽP a hledá vhodné metody k jeho snižování. Zavedením této normy se společnost může vyhnout vysokým pokutám od České inspekce životního prostředí. Navíc celkově posílí stávající systém managementu organizace, hospodárněji využije výrobní zdroje, sníží rizika environmentálních nehod a havarijních stavů. Hlavním přínosem pro podnik, ve kterém vidím silnou konkurenční výhodu, bude zvýšení podnikatelské důvěryhodnosti pro obchodní partnery, potenciální zákazníky, banky, pojišťovny, veřejnou správu a širokou veřejnost.

Posledním bodem v mých doporučeních společnosti je účast na některé z podnikatelských soutěží. Hospodářská komora ČR nyní vyhlašuje soutěž pro podnikatele Patron 2010, aneb „My zůstáváme“. Informace k této soutěži jsou dostupné na webové adrese: www.komora.cz/patron. Soutěž je vyhlášena v několika kategoriích, mezi něj patří i Nejlepší zaměstnavatel a Zaměstnavatel roku. Pokud by se společnost umístila v této soutěži, mohlo by ji to mediálně zvýraznit a prospět k prosazování myšlenek společensky odpovědného podnikání. Další soutěží, která se výhradně soustředí na hodnocení společensky odpovědného podnikání, má název CSR AWARD 2010. Hlavním smyslem soutěže je podpora rozvoje CSR firem, motivovat tak firmy, aby CSR chápaly nejen jako náhodné aktivity, ale jako nedílnou součást všech aspektů svého podnikání. Navíc velkou výhodu a příležitost úspěchu vidím v tom, že soutěž je rozdělena do dvou kategorií: Velká firma, Malá a střední firma. Vzhledem k mému nabytému přesvědčení, že Sklářny Moravia,

akciová společnost, se chovají společensky odpovědně, by mě potěšilo, kdyby se firma v některé takové soutěži dobře umístila.

6. ZÁVĚR

Společenská odpovědnost je princip, ve kterém se organizace hlásí k širším dopadům svého podnikání a k závazkům, které jdou nad rámec zákona. Něco jim ukládají zákonné povinnosti, například o ukládání odpadů atd., zákoník práce a podobně. Ale je řada dalších dopadů, ke kterým se firmy hlásí dobrovolně, a to je koncept společenské odpovědnosti. Společenská odpovědnost se prakticky rozkládá do tří základních okruhů. Odpovědnost v oblasti životního prostředí, sociální a ekonomické. A pravdou je, že společenská odpovědnost tak, jak je dnes nejširší veřejností i tou podnikatelskou vnímána, má punc něčeho, co je většinou specialitou velkých firem, co je drahé, do čeho je potřeba investovat.

Na jednu stranu je to pravda. Velké firmy v tom skutečně mají tradici, mezinárodní benchmark, mají velké prostředky, které investují – do nadací, do pomoci handicapovaným občanům, do životního prostředí. Ale setkáváme se i s případy, kdy se velké firmy chovají společensky odpovědně a dokážou toho velmi obratně využít. Po mediální stránce, po marketingové stránce. A v principu to s jejich společenskou odpovědností není až tak slavné. Proto jsem si pro svou diplomovou práci vybrala střední společnost a snažila jsem se zkoumat ryze společensky odpovědného chování.

Cílem mé diplomové práce bylo analyzovat společenskou odpovědnost ve společnosti Sklářny Moravia, akciová společnost, a následně navrhnout společnosti kroky vedoucí ke zlepšení či zefektivnění CSR. Společensky odpovědné chování jsem zkoumala a hodnotila zvlášť pro obor životního prostředí, ekonomickou a sociální oblast. Největší nedostatky jsem shledala v oboru životního prostředí, kde sklárny stále bojují se zprísněnými normami emise TZL a hluku. Naopak z pohledu odpovědného chování nejlépe hodnotím konání společnosti v oblasti sociální. Na základě zkoumaných dokumentů (např. kolektivní smlouva), rozhovoru s ředitelem sklárny a mého subjektivního pozorování chování na pracovištích konstatuji vysokou míru sociální soudržnosti a obecné spokojenosti zaměstnanců i okolního obyvatelstva.

Cílem rozhovoru s ředitelem sklárny bylo nejen zjištění potřebných informací, ale hlavně zjistit míru informovanosti managementu společnosti, v jehož čele je právě ředitel. Dle délky, přesnosti a pravdivosti odpovědí shledávám informovanost ředitele jako velmi

vysokou. Dle mého názoru odrazem společenské odpovědnosti je také vynaložení zájmu a péče o svou společnost a veškeré dění v ní. Sklárny sice nejsou gigantickou společností, ale zároveň nejsou ani společností malou. Jsou tvořeny zhruba 150 zaměstnanci. A vzhledem k tomuto číslu skutečně oceňuji vysokou míru zájmu a informovanosti ředitele skláren.

Na základě zjištěných informací jsem v poslední sekci praktické části uvedla několik doporučení na zlepšení CSR. Základem většiny návrhů bylo zvýšení transparentnosti společensky odpovědného chování skláren Moravia, a.s. Podíl exportu firmy byl v roce 2009 64%, to znamená, že sklárny převážně obchodují se zahraničím. Jak vychází z průzkumů CSR, ve většině států evropské unie je koncept CSR mnohem více rozšířený a většina společností je vnímá jako jedno z kritérií při výběru obchodního partnera či dodavatele. Z těchto skutečností pramení mé návrhy na zvýšení informovanosti o CSR aktivitách na webových stránkách společnosti. Z hlediska transparentnosti dále navrhuji zavedení CSR zpráv a s tím spojené vytvoření indikátorů k přesnějšímu kvantitativnímu měření CSR aktivit. Další návrhy se týkají možnosti snižování dopadů na životní prostředí a možnosti mediálního zvýraznění se pomocí soutěží pro podnikatele.

Za největší přínos své diplomové práce považuji načerpání nových znalostí o konceptu CSR jak v ČR, tak v zahraničí. O konceptu CSR jsem se dověděla z předmětu Etika v podnikání a již při studiu mě toto téma velmi zaujalo. Bohužel vzhledem k rozsáhlosti tohoto tématu jsem se nemohla každý pilíř společenské odpovědnosti zkoumat do takové míry, aby výsledek stoprocentně odrážel skutečnost. Chtěla jsem však společenskou odpovědnost ve firmě zkoumat komplexně a tohoto cíle se mi podařilo dosáhnout.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knihy:

[1] GALENS, J. GOND, J. P. Measuring Corporate Social Performance in France: A Critical and Empirical Analysis of ARESE data. In Journal of Business Ethics, 2005. No.56. str. 131-148. Dostupné z databáze ProQuest 5000.

[2] KRYMLÁKOVÁ, Hana a kol. Etika a odpovědnost organizace. 1. vydání. Vydala VŠB – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA, 2009. 250s. ISBN 978-80-248-2092-7.

[3] PAVLÍK, Marek; BĚLČÍK, Martin a kolektiv. Společenská odpovědnost organizace – CSR v praxi a jak s ním dál. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2010. 174s. ISBN 978-80-247-3157-5.

[4] PETŘÍKOVÁ, Růžena; HOFBRUCKEROVÁ, Zdenka; LEŠINGROVÁ, Romana; HERCÍK, Pavel. Společenská odpovědnost organizací. 1. vydání. Tiskárna DOT – DTO CZ, s.r.o., 2008. 184s. ISBN 978-80-02-02099-8.

[5] TRNKOVÁ, Jana. Společenská odpovědnost firem Kompletní průvodce tématem a závěry z průzkumu v ČR. 1. vydání. Vydává Business Leaders Forum v rámci European Business Campaign for CSR. 2004. 56s. PDF.

[6] VANĚK, Jiří. Obecná, ekonomická a informační etika. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. 252 s. ISBN 978-80-7357-504-5.

[7] VEBER, Jaromír; Srpková, Jitka a kolektiv. Podnikání malé a střední firmy. 2., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, a. s., 2008, 320s. ISBN 978-80-247-2409-6.

Internetové články:

[8] cenia. O nejlepších dostupných technikách (BAT) [online]. 2011 [cit. 2011-03-29].

Dostupné z WWW: <[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPMSFGRI2L4](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPMSFGRI2L4)>.

[9] csr-online. Ekonomický pilíř CSR [online]. 16.7.2008 [cit. 2011-03-30]. Dostupný z

WWW: <<http://www.csr-online.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=612>>.

[10] csr-online. Environmentální pilíř CSR [online]. 15.6.2008 [cit. 2011-03-30]. Dostupný z

WWW: <<http://www.csr-online.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=614>>.

[11] csr-online. Sociální pilíř CSR [online]. 8.7.2008 [cit. 2011-03-30]. Dostupný z WWW:

<<http://www.csr-online.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=613>>.

[12] csr-online.cz. Zjistěte, jak na tom jste: Dotazník. Zodpovědné podniky – Dotazník pro zvýšení informovanosti [online]. [cit. 2011-03-27]. Dostupný z WWW: <<http://www.csr-online.cz/page.aspx?sebehodnoceni>>.

[13] Ig.gc.ca [online]. 2011 [cit. 2011-03-29]. Corporate social responsibility. Dostupné z

WWW: <<http://www.ic.gc.ca/eic/site/csr-rse.nsf/eng/rs00129.html>>.

[14] ISO/CD 26000. Pracovní překlad ISO/CD 26000. Návod pro společenskou odpovědnost organizací z ledna 2009.

[15] sklomoravia. ISO 9001 [online]. 2010 [cit. 2011-04-04]. Dostupný z WWW:

<<http://www.sklomoravia.cz/SKLARNY-MORAVIA/ISO-9001/>>.

[16] sklomoravia. Rozvoj zaměstnanců firmy sklárny Moravia a.s. [online]. 23.6.2010 [cit.

2011-04-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.sklomoravia.cz/Aktuality/Rozvoj-zamestnancu-firmy-Sklarny-Moravia-as.html>>.

[17] suip. Roční souhrnná zpráva o výsledcích kontrolních akcí provedených inspekcí práce za rok 2010 [online] . březen 2011 [cit. 2011-04-06]. Dostupný z WWW: <http://www.suip.cz/_files/suip-33ab1b4ed6d0886bdccc4a280aa44cc7/rsz_o_vysledcich_ka_2010.pdf>.

Seznam obrázků:

Tab. 2.1 CSR aktivity- Ekonomický pilíř. Zdroj: Csr-online, 2008

Tab. 2.2 CSR aktivity- Sociální pilíř, pracovní prostředí. Zdroj: Csr-online, 2008

Tab. 2.3 CSR aktivity- Sociální pilíř, místní komunita. Zdroj: Csr-online, 2008

Tab. 2.4 CSR aktivity- Environmentální pilíř. Zdroj: Csr-online, 2008

SEZNAM ZKRATEK A SYMBOLŮ

AA 1000	Account Ability standard
a.s.	akciová společnost
BAT	Best Available Techniques
BČOV	biologická čistírna odpadních vod
BREF	Reference Document on Best Available Techniques
CSP	corporate social performance
CSR	corporate social responsibility
č.	číslo
ČR	Česká republika
ČSN	Česká technická norma
č. p.	číslo popisné
DČOV	domácí čistírna odpadních vod
ESF	Evropský sociální fond
EU	Evropská unie
GO	generální oprava
GRI	Global Reporting Initiative
HACCP	Hazard Analysis and Critical Control Points
HIM	hmotný investiční majetek
IEC	International Electrotechnical Commission
ISO	International Organization for Standardization
ks	kus/y
mil.	milión/y
ml	mililitr
mm	milimetr
NGO	Non-Governmental Organization
NIM	nehmotný investiční majetek
resp.	respektive
SA	Social Accountability
Sb.	Sbírky
SIBP	svazový inspektor bezpečnosti práce
SRI	Socially responsible investment
TA	tavící agregát

THP	technicko-hospodářský pracovník
tis.	tisíc/e
TPS	technické pracovní skupiny
TZL	tuhé znečišťující látky
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development
OON	ostatní osobní náklady
OV	odpadní voda
pol.	pololetí
PP	pracovní poměr
ŽP	životní prostředí

PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 29. 4. 2011

.....
Bc. Barbora Krahulcová

Adresa trvalého pobytu studenta:

Karla Huga Kepky 4073/1, 796 04 Prostějov

SEZNAM PŘÍLOH

1. Cíle kvality pro rok 2010 a jejich vyhodnocení